

Тартуский университет
Колледж иностранных языков и культур
Отделение славистики

ГОРОДСКАЯ НАРУЖНАЯ ИНФОРМАЦИЯ И РЕКЛАМА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
(на материале городов Йыхви и Кохтла-Ярве)

Бакалаврская работа
Николая Чашкина

Научный руководитель —
доцент Е. И. Костанди

Тарту 2018

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Глава 1. ИЗ ИСТОРИИ ВОПРОСА	5
1.1. Общая характеристика русского языка в Эстонии	5
1.2. Общая характеристика рекламы	7
1.3 Русскоязычная реклама в Эстонии	9
1.4 Понятие и виды перевода	13
1.5 Понятие текста билингва	15
Глава 2. ГОРОДСКИЕ НАРУЖНЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ	18
2.1. Общая характеристика собранного материала	18
2.2 Соотношение эстонского и русского текстов	23
2.3 Вариативность текстов билингва	25
Заключение	31
Использованная ЛИТЕРАТУРА	33
КОKKUVÕTTE.....	35
ПРИЛОЖЕНИЕ	37
Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks	99

ВВЕДЕНИЕ

Одной из основ функционирования языка является его вариативность, обеспечивающая его включение в разные коммуникативные условия. В ситуации диаспоры язык «приспосабливается» к ней. Особенности языка русской диаспоры в Эстонии активно изучаются с конца 90-х годов XX века. За это время было выявлено множество признаков языка диаспоры в условиях Эстонии, исследования осуществлялись на разном материале: «СМИ (газеты, радио, телевидение, Интернет), реклама, тексты прикладного характера (этикетки, инструкции, меню, программы мероприятий и т. п.), разговорная речь, сленг, официально-деловые тексты, диалектный материал, общение в интернет-среде, мемуарная и художественная литература и др.» [Костанди 2017: 41]. При всем этом, как в условиях Эстонии, так и в целом, нельзя сказать, что язык диаспоры изучен полностью, в частности, лишь частично описан эстонский материал рекламно-информационного характера на русском языке.

В Эстонии, особенно в таких городах, как Таллинн, Нарва, Силламяэ, Кохтла-Ярве и Йыхви, эстонский язык сосуществует с русским языком, так как в этих регионах проживает большое число русскоязычного населения. Здесь мы часто видим тексты рекламного и информационного характера на двух языках, а то и вовсе представленные полностью на русском языке. В то же время такой материал недостаточно описан и проанализирован в исследованиях по языку русской диаспоры Эстонии.

Настоящая бакалаврская работа посвящена рекламно-информационным текстам в городском пространстве на русском языке на материале городов Кохтла-Ярве и Йыхви. В представленном нами материале есть тексты, являющиеся собственно рекламой, и тексты, содержащие элементы рекламы (вывески, различные таблички на окнах, дверях, фасадах магазинов и кафе и т. д.). Как показало знакомство с исследовательской литературой, наружная городская реклама на русском языке в Эстонии анализировалась мало. Все это позволяет сделать вывод об актуальности нашей работы.

Общей целью работы является описание и частичный анализ рекламно-информационных текстов, собранных нами в городах Кохтла-Ярве и Йыхви на русском и эстонском языках и выявление их основных вариантов. Эта цель работы предполагает решение следующих задач:

- Знакомство с литературой по интересующему нас вопросу, посвященной языку русской диаспоры Эстонии, рекламе, переводу и текстам билингва.
- Сбор материала для анализа.

- Общая тематическая характеристика материала, его характеристика с точки зрения выявления различий и сходств между эстонским и русским текстами.

Структура работы определяется поставленными задачами. Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы, приложения и резюме на эстонском языке.

В первой главе представлены теоретические сведения: приводится общая характеристика русского языка в Эстонии, дается понятие рекламы, её функций и видов, понятие перевода, рассматриваются тексты билингва, в частности, функционирующие в Эстонии. Попутно даются некоторые отсылки к нашему материалу, то есть в теоретической части частично отражается и практический анализ материала.

Вторая глава имеет практический характер. В ней даётся общая характеристика места, времени и способа сбора материала, а также общая характеристика собранного материала. Анализируется материал с точки зрения соотнесенности русской и эстонской частей текстов, которые можно рассматривать как варианты текстов билингва.

В заключении подводятся итоги проделанной работы. В приложении представлен весь собранный материал.

ГЛАВА 1. ИЗ ИСТОРИИ ВОПРОСА

1.1. Общая характеристика русского языка в Эстонии

Впервые понятие «диаспора» (от греч. *рассеивание*) употреблено в отношении еврейского народа, изгнанного римлянами в I в. н. э. из Палестины и рассеянного по территории Римской империи. В наше время это понятие используется для обозначения разного рода явлений. Ж. Т. Тощенко и Т. И. Чаптыкова дают такое определение: «Диаспора – это устойчивая совокупность людей единого этнического происхождения, живущая за пределами своей исторической родины (вне ареала расселения своего народа) и имеющая социальные институты для развития и функционирования данной общности» [Тощенко, Чаптыкова 1996: 37].

Однако, по мнению Е. И. Костанди и И. П. Кюльмоя и других авторов, это общее определение крайне трудно отнести к ситуации с русскоязычным населением как Эстонии, так и множества других стран. Русская диаспора в ее современном виде во многих странах возникла в связи с распадом СССР, в результате чего миллионы людей оказались за пределами своих «этнических» родин.

Русский язык в современной Эстонии не является официальным языком, лишившись этого статуса в 1991 году, когда Эстония вновь получила независимость. Сегодня русский язык в Эстонии считается иностранным языком, но, будучи одним из наиболее распространенных языков среди населения страны, широко используется во многих сферах. На основании статьи Е. И. Костанди и И. П. Кюльмоя «О русском языке современной Эстонии» [Костанди, Кюльмоя 2013] кратко охарактеризуем основные сферы использования русского языка в Эстонии.

В Эстонии выходят в печатном виде только две общенациональные русскоязычные газеты – еженедельные «МК Эстония» и «Деловые ведомости». С недавнего времени прекратили свое существование в бумажном виде ежедневная газета «Postimees на русском языке» и еженедельник «День за Днем». Главной причиной этого стало снижение количества читателей и увеличение интереса к русскоязычным онлайн-изданиям в Интернете. Помимо этих газет, издаются городские и региональные газеты, многие из которых выходят как на русском, так и на эстонском языках. Также присутствует государственная программа радиовещания на русском языке «Радио 4» и ряд частных радиоканалов. Государственный телевизионный канал ETV+ ежедневно показывает русскоязычные передачи, помимо этого у русскоязычных жителей Эстонии есть возможность смотреть российские каналы – РЕН ТВ, ПБК, РТР Планета и др.

В стране есть общеобразовательные школы с русским языком обучения, но с каждым годом их число уменьшается. Если основные школы с обучением на русском языке продолжают существовать, то на гимназической ступени происходят кардинальные изменения, касающиеся языка обучения.

Довольно богато русский язык представлен в культурной области. Выпускается несколько литературно-художественных журналов, организовываются фестивали и концерты. В Таллинне функционирует Русский драматический театр. Существует множество русских хоров, ансамблей, музыкальных групп и т. п. В Эстонию приезжают российские театральные и музыкальные коллективы, а также актеры, режиссеры, журналисты и т. д.

В официально-деловой сфере русский язык представлен в меньшей степени. Делопроизводство ведется на государственном языке, хотя есть местные самоуправления, где внутреннее делопроизводство может вестись на русском языке. Также русский язык представлен в виде переводных текстов на сайтах государственных органов, фирм, образовательных учреждений. Наиболее широко он представлен в текстах, связанных с предоставлением услуг населению (банки, энергопредприятия, сети магазинов и др.).

На современный язык русской диаспоры Эстонии в первую очередь влияет государственный язык, в связи с чем, в той или иной степени, в нем есть отличия от русского языка, используемого в России. Свои коррективы делает государство, например, существует закон о запрете прямого перевода названия эстонского парламента «Рийгикогу» (эст. Riigikogu – «Государственное собрание»). От эстонских слов в речи русского местного населения образовано множество слов, например, как кандидировать (эст. kandideerima), что не уместно для литературного языка. Преимущественно в разговорной речи часто используются слова без перевода, например, «кяйбемакс» (эст. käibemaks – налог с оборота), «максуамет» (эст. Maksuamet – налоговый департамент), «хайгекасса» (эст. Haigekassa – больничная касса). Язык диаспоры имеет и ряд других особенностей.

Ввиду того, что русский язык в Эстонии, в первую очередь, сосуществует с эстонским языком, можно утверждать, что, как сказала профессор И. П. Кюльмоя – «язык русской диаспоры Эстонии – это вариант русского языка со своими особенностями» [<https://ru.sputnik-news.ee/education/20160521/1782772.html>].

1.2. Общая характеристика рекламы

Общеизвестно, что язык влияет на жизнь людей (пропаганда, реклама, художественная речь, языковая психотерапия и др.), но несёт ли в себе любое общение функцию воздействия, например, обычный нейтральный разговор? Такой вопрос задает в своей книге «Речевое воздействие» О. С. Иссерс и приводит следующие слова известного исследователя Р. Блакара: «Выразиться нейтрально невозможно. Всякое использование языка предполагает воздействующий эффект» [Иссерс 2009: 43]. Как говорит автор, если в речевом акте участвуют двое коммуникантов, то происходит совместная деятельность, процесс взаимовлияния между говорящим и слушающим. Цитируя Ч. Ларсона, О. С. Иссерс пишет, что если вы обнаружили что-то свое в том мире, который «рисует» ваш партнер, убеждение состоялось [Иссерс 2009: 43]. Что же значит воздействие?

Воздействие предполагает действие, направленное на некий объект с целью добиться определенного результата, внушить что-либо. Так, при речевом воздействии есть субъект, тот кто осуществляет воздействие, и объект, тот на кого направлено действие. Феномен речевого воздействия связан в первую очередь с целевой установкой говорящего [Иссерс 2009: 21]. Маркетологи, рекламисты и многие другие специалисты умеют грамотно пользоваться языковыми средствами, чтобы убедить клиента купить товар, воспользоваться той или иной услугой и т. д.

В наше время реклама является неотъемлемой и важнейшей частью жизни общества. Реклама постоянно оказывает влияние на современное общество, ведь мы буквально каждый день видим или слышим ее повсюду: в Интернете, газетах, журналах, по телевидению, по радио, на рекламных щитах, в транспорте. Существует огромное количество разных определений рекламы. Приведем одно из них – определение известного маркетолога Филипа Котлера: «Реклама представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые через посредство платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования» [http://de.ifmo.ru/bk_netra/page.php?tutindex=3&index=130]. Можно сказать, что «реклама — это отрасль, которая откликается на запросы и настроения общества, согласуется с состоянием общества и его стандартами, стремясь быть в гармонии со взглядами, мнениями и читателей, и зрителей» [Зирка 2010: 6]. «Поскольку исследованиями в области рекламы занимаются специалисты самых разных профилей, существует множество ракурсов, с которых можно определить понятие “реклама”: с позиций информационного процесса,

процесса коммуникации, процесса, обеспечивающего связь с общественностью, процесса организации сбыта и т. д.» [Зирка 2010: 19].

Существует множество классификаций современной рекламы, например, В. В. Зирка [Зирка 2010: 30] выделяет такие виды рекламы, как телереклама, радиореклама, реклама, передаваемая через компьютерную сеть, печатная реклама. Кроме этого, автор отмечает, что в зависимости от СМИ, выбранного в качестве канала передачи, различают наружную (щитовую), газетную, журнальную, радио- и телевизионную рекламу. Однако мы обратимся к более общей классификации, которой присущ признак соответствия вида рекламы типу рекламоносителя или каналу передачи рекламы. Это важно для нашей работы, так как он собирался на основе характера рекламоносителя. Условно выделяют две основные группы всех видов рекламы – медийная, главная задача которой не прямая продажа, а информация о товаре или услуге, реклама же выступает как посредник, и немедийная, предполагающая более прямое обращение к адресату с целью приобретения товара «на месте». Они, в свою очередь, делятся на подгруппы.

Итак, такая классификация рекламы выглядит так:

Медийная реклама:

1. Телевизионная реклама.
2. Радиореклама.
3. Реклама в прессе.
4. Интернет-реклама.
5. Наружная реклама.
6. Внутренняя реклама.
7. Транзитная реклама.

Немедийная реклама:

1. Прямая реклама.
2. Печатная реклама.
3. Реклама в местах продаж.
4. Сувенирная реклама.
5. Рекламные мероприятия [Индустрия рекламы 2005–2014].

Как мы видим, бывают различные виды и группы рекламы. В нашем материале представлены тексты, соотносящиеся как с медийной, так и с немедийной рекламой. Сейчас ограничимся этой краткой характеристикой рекламы, и остановимся далее на тех особенностях русскоязычной рекламы Эстонии, с которыми мы успели познакомиться.

1.3 Русскоязычная реклама в Эстонии

Как пишет Е. И. Костанди в своей статье «Реклама в условиях диаспоры: проблемы перевода» [Костанди 2012: 134], реклама на русском языке в Эстонии довольно многообразна: это переводная реклама транснациональных компаний, а также местная русскоязычная реклама: потребительская, социальная, политическая; реклама на телевидении, радио, в газетах, журналах, Интернете; переводная и оригинальная. В наших условиях русский язык в рекламе существует наряду со множеством других языков, что можно увидеть, например, в телевизионной рекламе как на российских, американских, европейских спутниковых, так и на эстонских каналах. Говоря о рекламе нетелевизионной, можно сказать, что она не является столь «многоязычной», но и здесь мы наблюдаем сочетание языков. Характерной чертой собственно местной рекламы является сосуществование текстов на эстонском и русском языках, например: *Hullud hinnad! / Сумашедшие цены!; Puhka puhkusest! / Отдохни от отдыха!* Также автор указанной выше статьи обращает внимание на то, что сочетание двух языков есть и в собственно русских текстах, например, в виде вкраплений латиницы: *Летний сюрприз! В ЕМТ Вы получите новый ноутбук Samsung со скоростным интернетом ЕМТ всего за 1 €. emt. ee.* В данном тексте имеются иноязычные единицы, например ЕМТ – аббревиатура эстонского названия Eesti mobiiltelefon, Samsung, emt.ee и др.

При оценке имеющихся в Эстонии переводных рекламных текстов на русском языке следует учитывать различные региональные варианты русского языка, в связи с чем можно выделить несколько видов или групп переводной рекламы. По мнению автора статьи, можно выделить три такие группы. К первой группе принадлежит переводная реклама транснациональных компаний. Данная реклама может быть обращена к носителю русского языка, живущему в любой стране. Такую рекламу мы постоянно видим на экранах телевизоров, где рекламируются известные мировые бренды разной продукции – автомобили, средства личной гигиены и др. Ко второй группе относится реклама регионального характера. Такая реклама ориентирована на некоторый регион, а также на конкретную страну региона. Так, в Эстонии действуют торговые сети Латвии, Литвы, Финляндии, Германии и т. д. Третья группа – внутриэстонская реклама. Особенной чертой этой рекламы является ее «язык», здесь используются слова или словосочетания, полностью понятные исключительно в Эстонии. Так, в собранном нами материале можно обнаружить тексты, представляющие переводную рекламу транснациональных компаний, местную русскоязычную рекламу, рекламу регионального характера, внутриэстонскую рекламу и др.

Кроме описания общих признаков русскоязычной рекламы в Эстонии, исследователи, в том числе и студенты, занимались разным конкретным материалом, так, например, в работе Т. Воробьевой говорится о политической рекламе [Воробьева 2011]. Хотя в нашем материале такая реклама отсутствует, кратко охарактеризуем эту работу, поскольку некоторые положения, высказанные в ней, могут быть использованы нами при анализе.

Политическая реклама является формой коммуникации в условиях выборов, она характеризует политическую платформу партий или кандидатов, воздействует на избирателей для получения поддержки на выборах, формирует в обществе образ и идеологию партии или кандидата, воздействует на избирателя для достижения поставленных целей во время голосования [Лисовский 2000]. Для достижения определенного результата следует учитывать специфику аудитории (избирателей), ее потребности, предпочтения и др.

Как известно, главной задачей рекламы обычно является привлечение внимания, информирование о товаре или услуге. При этом конечная цель рекламы заключается в формировании у потребителя склонности к приобретению какого-то товара. В отличие от коммерческой рекламы политическая реклама ориентирована на привлечение избирателей на сторону определенных политиков и политических сил.

Важной задачей политической рекламы является создание имиджа политических сил, кандидатов, политических партий, их лидеров и представителей. Имидж представляет собой искусственно созданный образ чего-либо, кого-либо. Имидж включает в себя как естественные свойства и качества личности, так и специально наработанные, созданные. Как правило, имидж характеризуется не только внешним обликом, но и внутренними качествами человека, его психологией, которая отвечает запросам времени и общества. [Воробьева 2011: 9]. Главными функциями имиджа являются номинативная, эстетическая, адресная и коммуникативная функции. Также можно выделить определенные виды имиджа – объективный / реальный имидж; субъективный, моделируемый, желаемый и требуемый. Наиболее значимые для политической рекламы – реальный и моделируемый имиджы.

Выделяются разные жанры политической рекламы: на телевидении это выступления политиков и теледебаты, рекламные споты, видеоклипы, видеофильмы, рекламные шоу, телевизионные передачи рекламного характера, например, интервью; в прессе – объявления, газеты, журналы, рекламные модули [Лисовский 2000: 57]. Основными чертами политической рекламы, как и в рекламе обычно, являются широкое использование выразительных языковых средств, выражение эмоций и речевое воздействие. Приведенные характерные черты также применимы к нашему материалу, однако в имеющихся разных

жанрах и видах как политической, так и рекламы нашего материала (социальная, культурная, коммерческая) эти особенности соотносятся по-разному.

Рекламу другого характера, а именно рекламу торговых сетей рассматривают О. Н. Паликова [Паликова 2009] и Л. Малинкович [Малинкович 2003]. Как пишет О. Н. Паликова, к такой рекламе относятся безадресно распространяемые по почте рекламные тексты, по-другому – каталоги товаров, представляющие собой периодически издаваемые перечни товаров с описаниями и иллюстрациями [Паликова 2009: 143]. Многие издания выходят только на эстонском языке, хотя как отмечает автор статьи, некоторые из них могут быть и сами переводными, например, с английского языка. На основе статьи О. Н. Паликовой, рассмотрим рекламные материалы, включающие перевод на русский язык. В таких текстах отражаются как языковые, так и неязыковые факторы. Говоря о первых, автор обращает внимание на то, что особенностью таких переводных текстов является то, что они содержат лексические единицы, используемые для названия предметов «нового времени» – то есть таких предметов, которые вошли в нашу жизнь относительно недавно, наряду с изменениями в политической, социальной, экономической и др. сферах [Паликова 2009: 144].

Как отмечает автор статьи, большую часть информации в таких изданиях передают не за счет языковых средств, а путем графических иллюстраций (фотографии товаров) и символов (условные обозначения стоимости, веса и других характеристик). Так, если мы имеем дело с электронными товарами, то их характеристика состоит в основной из условных обозначений, поэтому перевод к данному типу товаров не нужен. Переведены здесь могут быть два-три слова, которые известны местным покупателям, например, sülearvuti ‘ноутбук’, multifunktsionaalne printer ‘многофункциональный принтер’. По предположению автора, поэтому в одном и том же каталоге на русский язык, например, не переводятся подписи к изображениям компьютеров, принтеров и т. п. (1), но переводится информация о холодильниках, мобильных телефонах (2):

(1) Lauaarvuti Compaq SG3-110SC. AMD Athlon II X2 protsessor,
2 GB RAM, 320 GB HDD, Windows 7 Home Premium
[ONOFF]

(2) Холодильник Brandt C2210. 210 литров, размеры: 153x54x56
см, класс энергопотребления A [ONOFF]

В каталогах часто не переводятся на русский язык многие заголовки, слоганы, а также комментарии общего плана. Например, в одном из выпусков каталога бытовой техники и электроники «ONOFF» не переведены: заголовок Arvutipäevad (‘компьютерные дни’), слоган Suurepärase arvuti tööle ja koju (‘отличный компьютер для офиса и дома’) и

информация о веб-сайте Ei leidnud sobivat mudelit? Vaata ka www.onoff.ee! ('Не нашел подходящей модели? Смотри на www.onoff.ee'), зато есть перевод предложений Palju uusi mudeleid – Много новых моделей и ONOFF on tagasi Mustika keskuses! – ONOFF вернулся в торговый центр Mustika! [Паликова 2009: 146].

Говоря о переводимом на русский язык материале, автор считает, что перевод осуществляется непрофессиональным переводчиком, при этом некоторые из примеров говорят о том, что им может быть и тот, для кого русский язык не является родным. Так, в работе [Малинкович 2003] приводятся следующие примеры:

(3) часка <чашка>, груглая лампа, компьютер, фень <фен>, скульптура, ёмкост, фонар, хозяйственная фолга, в первые в Эстоний и др.

Все эти случаи демонстрируют типичные ошибки, допускаемые на письме носителями эстонского языка или русскоязычными билингвами, учившимися в эстонской школе (неразличение глухих / звонких согласных, неправильное употребление «ъ» и «й» и т. п.). Как отмечает автор, в свое время печатные каталоги товаров «прославились» среди русского населения Эстонии именно плохим русским языком. «Опечатки (4) и грубые орфографические ошибки (3, 5) были наиболее заметны, однако имелся еще целый ряд ошибок на разных уровнях – неправильный выбор эквивалента, нарушение лексической сочетаемости, стилистические несоответствия, плеоназмы и т. д.» [Малинкович 2003: 28].

(6):

(4) сеуржневой ьксер <стержневой миксер>, скоровода;

(5) с ароматической свечей, видеоплеер, самоклеящикса крючки;

(6) подставка для мыла <мыльница>, миска для конфет <конфетница>, бутылка для мыла <флакон для жидкого мыла>, газовая зажигалка с пламенем <зажигалка для газовых плит>, губка для мытья и т. д.

В статье О. Н. Паликовой демонстрируются различные варианты перевода, которые могут использоваться переводчиком. Одним из таких вариантов может быть поиск русского соответствия. «При выборе русского соответствия эстонского названия рекламируемого товара переводчик может использовать несколько стратегий:

- подобрать имеющийся русский эквивалент,
- калькировать (использовать буквальный перевод, «подстрочник»),
- заимствовать слово из языка-источника,
- создать собственную номинацию» [Паликова 2009: 148].

Так например, при подборе имеющегося русского эквивалента, находятся как явные соответствия (7), так и менее очевидные (8):

(7) Mahlaarutaja 10 L — Соковарка

(8) Veekeetja 1,7 L <букв. ‘кипятильник для воды’> — Электрический чайник

В конце статьи автор делает выводы о том, что «языковой материал, поставляемый рекламными каталогами товаров, является отражением процессов, происходящих в русском языке в Эстонии. Складываются если не новые нормы, то новое отношение к некоторым аспектам нормативности в языке, причем в числе первых становятся факультативными формальные языковые средства: исчезают кавычки, перестают транслитерироваться иноязычные наименования, утрачиваются приметы номенклатурного языка. Особенно это заметно в более свободных от профессионального редактирования жанрах, таких как подписи к изображениям товаров в рекламных каталогах» [Паликова 2009: 165].

Итак, рекламный материал на русском языке в Эстонии привлекал внимание ряда исследователей. В нашей работе собран новый материал рекламного и пересекающегося с ним информативного характера – наружные тексты в городском пространстве. Как исследовавшийся ранее материал, так и наш связаны с вопросами перевода, поэтому далее обратимся к общей характеристике перевода.

1.4 Понятие и виды перевода

«Переводом называется процесс преобразования речевого произведения на одном языке в речевое произведение на другом языке при сохранении неизменного плана содержания, то есть значения. Слово «перевод» имеет несколько различных значений. Даже если слово «перевод» означает перевод с одного языка на другой, оно имеет два значения:

- перевод как результат определенного процесса – то есть обозначение самого переведенного текста (например, в предложениях: «Это – очень хороший перевод романа Диккенса», «Недавно вышел в свет новый перевод поэмы Байрона «Паломничество Чайльд-Гарольда» на русский язык», «Он читал этого автора в переводе» и т. п.);
- перевод как процесс – то есть как действие от глагола переводить, в результате которого появляется текст перевода в первом значении.

Язык может существовать как в устной, так и в письменной форме. В зависимости от того, в какой форме речи употребляются исходный язык (ИЯ) и переводящий язык (ПЯ), различаются основные виды перевода» [Бархударов 1975].

1) Письменно-письменный перевод или письменный перевод письменного текста: оба языка – исходный язык (ИЯ) и переводящий язык (ПЯ) – употребляются в письменной форме. Это один из наиболее обычных видов перевода, внутри которого можно различать определенные подвиды в зависимости от характера переводимого текста. Имеются следующие разновидности данного перевода: а) перевод газетно-информационных, документальных и специальных научных текстов; б) перевод общественно-политической литературы, публицистики и ораторской речи; в) перевод художественной литературы.

2) Устно-устный перевод или устный перевод устного текста: оба языка – ИЯ и ПЯ – употребляются в устной форме. Этот вид перевода подразделяется на последовательный и синхронный перевод. Последовательный перевод следует за текстом подлинника (речью на ИЯ), уже полностью произнесенным или произносимым с перерывами звучания — обычно «поабзацно», то есть по группам из нескольких предложений, реже «пофразно» — отдельными предложениями с паузой после каждого предложения. Синхронный перевод выполняется одновременно с произнесением текста подлинника, то есть он осуществляется в целом одновременно, но на отдельных участках речи синхронный перевод либо отстает от речи на ИЯ с минимальным разрывом во времени (на несколько слов), либо забегает вперед по сравнению с речью на ИЯ, что возможно благодаря механизму так называемого «вероятностного прогнозирования» – способности переводчика предугадывать содержание еще не произнесенных отрезков речи на ИЯ. Это «прогнозирование», компенсируя некоторое отставание синхронного перевода, дает возможность осуществлять устный перевод в целом одновременно с произнесением оригинала. Обе разновидности устно-устного перевода – последовательный и синхронный – связаны с трудностями психологического характера, например, первая разновидность требует от переводчика хорошо натренированной быстродействующей памяти.

3) Письменно-устный перевод или устный перевод письменного текста: ИЯ употребляется в письменной форме, ПЯ – в устной. Здесь также возможны две разновидности перевода: перевод может осуществляться одновременно с чтением подлинника про себя (как и при синхронном переводе, с последовательными отставаниями и опережениями) или последовательно, после прочтения всего текста в целом или поабзацно. Первая разновидность письменно-устного перевода называется «переводом с листа», вторая – «переводом с подготовкой»

4) **Устно-письменный перевод или письменный перевод устного текста:** ИЯ употребляется в устной форме, ПЯ в письменной. В действительности этот вид встречается редко, так как скорость написания текста ниже скорости произнесения устного текста и осуществлять такой перевод в естественных условиях почти невозможно. Можно зафиксировать произнесенный устно текст, например, стенографическим способом и затем письменно перевести стенограмму, но это уже будет не устно-письменный, а письменно-письменный перевод. Практически единственным обычным случаем применения устно-письменного перевода на практике является так называемый диктант-перевод – один из видов тренировочных упражнений на занятиях по изучению иностранного языка, при котором устный текст произносится в замедленном темпе, что дает возможность осуществлять письменный перевод. Иногда диктант-перевод встречается и в практической деятельности переводчиков, когда переводчик печатает на машинке перевод диктуемого ему в замедленном темпе иноязычного текста [Бархударов 1975: 5–6, 45–46].

Рассматриваемые в нашем материале тексты представляют письменно-письменный перевод, точнее, результат процесса письменного перевода. Как мы видим, в перечне письменно-письменных переводов отсутствуют рекламные тексты, поскольку в то время, когда указанным автором предлагался данный перечень, число их на русском языке было невелико. Поэтому можно сказать, что наш материал является относительно новым, особенно как материал диаспоры. Так как в нашем случае такие переводы для адресата становятся текстами на двух языках, то есть билингва, охарактеризуем ниже этот вид текстов. .

1.5 Понятие текста билингва

Итак, наш материал представляет разные варианты сочетания текстов на двух языках, что можно считать текстами билингва (ТБ). Под ТБ понимается «текст на двух языках», один из которых представляет собой перевод другого: надписи-переводы на двух языках на древних каменных плитах, словарные статьи двуязычного словаря, параллельные тексты Евангелия на церковнославянском и русском языках, текст инструкции по использованию аппарата, механизма, лекарственного препарата и т. п. на двух языках [Панькин, Филиппов 2012: 16].

На материале русского языка в Эстонии ТБ привлекали внимание исследователей. Так, Е. И. Костанди пишет в своей статье «Тексты билингва как речевая практика» [Костанди 2016: 316] что в настоящее время почти каждый житель нашей страны встречается с текстами на разных языках. В наших условиях, где эстонский выполняет роль

государственного языка, а русский является языком самой большой диаспоры, зачастую это параллельные тексты на двух языках, эстонском и русском, иначе говоря, тексты билингва. ТБ используются повсюду, а если говорить конкретно об Эстонии, то применение ТБ здесь распространяется практически на все сферы. Так, они представлены многими интернет-сайтами государственных учреждений, учебных заведений, частных фирм, общественных и пр. организаций, двуязычными газетами, судебной документацией, банковскими и пр. бланками, надписями на упаковках товаров, субтитрами с переводом к кинофильмам, телепередачам и т. д. [Костанди 2016: 317].

Однако, как отмечает автор, в нашей языковой среде имеется большое количество эстонско-русских текстов, которые напрямую не соответствуют определению ТБ. Такие тексты могут рассматриваться как варианты ТБ. Далее автор статьи приводит такой пример эстонско-русского текста: SALAT 125 G Itaalia Mesculum, Salati mix, Rukkola – Radisso mix / Салат. – где указывает, что размер эстонского текста больше русского. Такое происходит часто, впрочем, может быть и наоборот, когда например, товар принадлежит российскому производителю. Очевидно, что размер влияет и на содержательные отличия в текстах, обычно чем больше объем текста, тем он содержательнее. Кроме такого очевидного признака варьирования (размер), существуют и другие, так, например, русский и эстонский тексты могут существовать в разных формах (устной и письменной), на разных носителях (печатный и электронный варианты), могут иметь разные цели, по-разному использоваться в разных регионах, городах и т. д. [Костанди 2016: 319].

Одним из наиболее изученных признаков текстов билингва является степень соответствия перевода оригиналу, поэтому основное внимание при анализе, в силу традиции анализа переводов, уделялось языковым характеристикам, качеству перевода. Изучением других аспектов местных ТБ только начинают заниматься [Костанди 2014]. Вариативность ТБ, их специфика в разных сферах, ТБ как дискурсивная практика изучены недостаточно. Примером вариативности может послужить информационный портал Delfi, который содержит версию на эстонском (www.delfi.ee) и на русском языках (www.rus.delfi.ee). Помимо Эстонии, сайт Delfi ориентирован также на латвийскую, литовскую и украинскую аудитории. В каждой стране есть варианты на разных языках, одним из них является русский. В работе Е. И. Костанди [Костанди 2014] рассмотрена эстонская часть портала. Автор отмечает, что структура, оформление двух версий (эстонской и русской), тексты, сопровождающие новости (реклама, объявления, ссылки и т. п.), значительная часть материалов одинаковы, однако ряд текстов на одном из языков не появляется вовсе или трансформируется. Обычно ТБ на портале начинаются как одинаковые или частично измененные в зависимости от адресата и далее сопровождаются

«ответвлениями», например, комментариями читателей, относящимся к одной из составляющих. Каждая версия может рассматриваться как отдельный текст, однако для полной картины необходимо учитывать все составляющие текста билингва (эстонскую и русскую) и их «продолжения» [Костанди 2014]. Одной из работ, посвященных варьированию текстов билингва, которая соотносится и с нашим материалом, является бакалаврская работа К. Э. Шенк [Шенк 2016], где представлен анализ ТБ на материале выпусков «Актуальной камеры» на эстонском и русском языках.

Итак, в этой главе мы рассмотрели роль русского языка в Эстонии в условиях диаспоры, охарактеризовали рекламу в целом, познакомились с русскоязычной рекламой в Эстонии, увидели, какие бывают виды переводов, попутно обращая внимание на материал, представленный в этой работе. В следующей главе будут анализироваться рекламные тексты, собранные нами для этой работы, которые характеризуются как варианты текстов билингва.

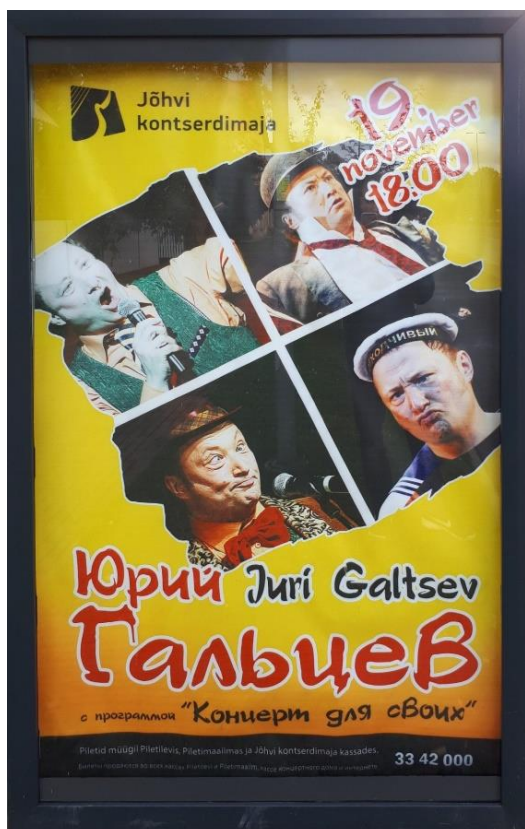
ГЛАВА 2. ГОРОДСКИЕ НАРУЖНЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-РЕКЛАМНЫЕ ТЕКСТЫ

2.1. Общая характеристика собранного материала

Города Кохтла-Ярве и Йыхви, в которых был собран наш материал, входят в Ида-Вирусский уезд. Ида-Вирумаа расположен на северо-востоке Эстонии. Помимо названных городов, в уезд входят Кивиыли, Нарва, Нарва-Йыэсуу, Силламяэ. Крупнейшим городом Ида-Вирумаа является Нарва. Характерной особенностью уезда является преобладание в нем русскоязычного населения. Так, по оценке на начало 2013 года, 72,8 % населения уезда составляли русские, 19,5 % — эстонцы, 2,3 % — украинцы (3312 чел.), 2,2 % — белорусы (3284 чел.), 1,3 % — финны и ингерманландцы (1338 чел.), 0,3 % — татары (464 чел.), 0,2 % — поляки (336 чел.), 0,2 % — немцы (346 чел.), 0,2 % — литовцы.

Кохтла-Ярве является пятым по площади и по численности населения городом Эстонии, состоящим из восьми отдельно стоящих частей города: Ахтме (эст. Ahtme), Ярве (эст. Järve), Кукрузе (эст. Kukruse), Ору (эст. Oru), Сомпа (эст. Sompa), Вийвиконна (эст. Viivikonna), Сиргала (эст. Sirgala) и Кява (эст. Käva). Собранный нами материал представляет, прежде всего, центральные части города — Ярвескую и Ахтмескую. Ахтмеская часть города расположена южнее города Йыхви и состоит из Центрального Ахтме, Нового Ахтме, Старого Ахтме, Пуру, Ийдла, Таммику и Паргитагузе. Йыхви, находящийся неподалеку от Кохтла-Ярве, является волостным городом и считается уездным центром Ида-Вирумаа.

Перед началом сбора материала в этих городах, мы не могли представить, сколько получится собрать фотографий и будет ли этого достаточно, чтобы потом его использовать для бакалаврской работы. При сборе материала, опираясь на понятие рекламы в широком смысле, мы зафиксировали не только собственно рекламу, но и разножанровые тексты, имеющие элементы рекламы: вывески, различные таблички на окнах, дверях, фасадах магазинов и кафе. Сбор материала осуществлялся в августе 2017 года. Автор работы ходил по улицам и фотографировал интересующую его рекламу. Как оказалось, русскоязычной рекламы в нашем регионе достаточно много. Всего нам удалось обнаружить 91 информационно-рекламный текст и сделать фотографии. Ниже приведем некоторые из них.



В приложении в бакалаврской работе приведен весь собранный материал.

В нашем материале представлены тексты торговой, социальной, туристической сфер, сферы обслуживания, сферы услуг связи. Можно выделить следующие основные тематические группы:

- **Социальная тематика**

К социальной рекламе относятся такие рекламные тексты, целью которых является популяризация здорового образа жизни, борьба с загрязнением окружающей среды, поддержка незащищенных слоев населения и многое другое. Поскольку уезд Ида-Вирумаа, в частности города Кохтла-Ярве и Йыхви, одни из самых «сложных» районов, здесь можно увидеть достаточно много такой рекламы. Приведем некоторые примеры:



- **Культурная тематика**

К этой рекламе относятся такие рекламные тексты, которые оповещают население о культурных мероприятиях того или иного города. Так, в городе Йыхви есть концертный зал, где постоянно проводятся различного рода концерты известных музыкантов, артистов приезжающих отовсюду, международные фестивали и многое другое. Вот некоторые рекламные афиши культурных мероприятий:



- **Коммерческая тематика**

Коммерческая реклама, одна из самых распространенных, также присутствует в нашем регионе, например:



Количественные данные о текстах разной тематики приведены в таблице 1.

Табл. 1

Сфера	Количество
Социальная	4
Культурная	15
Коммерческая	72

Как мы видим, преобладает коммерческая реклама, что, возможно, и повлияло на наличие текстов на русском языке. Рекламодатель заинтересован в покупателе товаров или услуг, в том, чтобы рекламный текст был прочитан и воспринят, основными же адресатами в данном регионе, особенно в городах, является русское население. После этой общей характеристики перейдем к языковой составляющей нашего материала.

2.2 Соотношение эстонского и русского текстов

Практически все тексты на русском языке сосуществуют с эстонскими, однако, как показывает наш материал, русскоязычные тексты по-разному соотносятся с эстонскими. По этому признаку можно выделить следующие основные группы:

- Полное соответствие / совпадение русского и эстонского текстов (здесь стоит отметить, что анализ материала показал, что абсолютное совпадение крайне редко встречается в нашем материале, при минимальном расхождении мы ждём эстонским и русским вариантами, мы относили тексты в основном, в эту группу), например:



- Частичное соответствие текстов, например:



- Отдельные вкрапления русского языка при преобладании эстонского текста, например:



Количественные данные об этих группах приведены в таблице 2.

Табл. 2

Соотношение русского и эстонского текстов	Количество
Полное совпадение	36
Частичное совпадение	41
Вкрапления русского языка	3

Таким образом, в нашей работе имеются тексты разного рода, которые представляют социальную, культурную или коммерческую рекламу. В основном, материал представлен на двух языках – русском и эстонском. Как было уже сказано, наш материал представляет разные варианты сочетания текстов на двух языках, что можно считать вариантами текстов билингва. Далее рассмотрим детальнее соотношение эстонской и русской частей этих текстов.

2.3 Вариативность текстов билингва

Рассмотрим примеры **полного совпадения** эстонского и русского текстов. Как было указано в таблице 2, таких текстов в нашем материале 36. Приведем теперь не фотографии, а ряд текстов, сохраняя, по возможности, графическое оформление текста:

1. KÕIGE ÕIGEM КЕВАВ! САМЫЙ ПРАВИЛЬНЫЙ КЕБАБ!

(См. в Приложении пример №1)

Стоит отметить, что эта реклама сама по себе не самая удачная. Что значит «правильный кебаб», не совсем понятно. Однако, если говорить о «параллельных» текстах в данной рекламе, то здесь представлен дословный перевод, который можно считать вполне удовлетворительным.

2. Valgustus Освещение

Elektritööd Электроработы

Elektrimaterjalid Электроматериалы

(См. в Приложении пример №14)

Как мы видим, в этой рекламе и на эстонском, и на русском языке используются номинативные (назывные) конструкции. Данный текст может выполнять и рекламную функцию, особенно с учетом неязыковых средств, его окружающих, однако языковые

средства в первую очередь выполняют информативную функцию. Зачастую в рекламных текстах такого рода, в частности и в этом, представлен очень точный качественный перевод.

3. Lisainformatsioon ja registreerimine silmaarsti vastuvõtule telefonil

Дополнительная информация и регистрация к главному врачу по телефонам

Как можно заметить, эстонский текст несколько отличается от русского. В русском тексте не используется слово *прием* (*vastuvõtt*), за счет чего текст становится ближе к разговорной речи. В целом перевод достаточно точный.

4. DR. VILLEM VIHMANN – ДР. VILLEM VIHMANN

DR. MARI PARKSEPP – ДР. MARI PARKSEPP

LASTE SILMAARST DR. MARI PETRAUDZE – ДЕТСКИЙ ГЛАЗНОЙ ВРАЧ ДР. MARI PETRAUDZE

(См. в Приложении пример №20)

В данном тексте мы видим, что имена докторов не «переводятся» на русский язык, то есть не передаются кириллицей, что присутствует довольно часто в подобного рода текстах. Имена собственные (названия фирм, организаций, газет, партий, адреса и т.п.) часто в языке диаспоры сохраняются в исходном виде, в нашем случае написаны по-эстонски.

5. NURJATU VANAEMA

T 5.09 kell 19.00; N 7.09 kell 19.00

Žanr: komöödia. Alla 14a. keelatud!

Film on vene keeles eestikeelsete
subtiitritega

БАБУШКА ЛЕГКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Вт 5.09 в 19.00; Чт 7.09 в 19.00

Жанры: комедия. Запрещен до 14. лет

Фильм на русском языке с субтитрами
на эстонском языке

(См. в Приложении пример №26)

В этой рекламе используются также номинативные конструкции. Здесь представлен полный перевод, например, мы видим, что на русский переведены дни недели (Вт., Чт.), в которые состоится мероприятие (демонстрация фильма), что не всегда можно увидеть на других афишах такого рода.

Особенностью этого текста является его качество. Стоит заметить, что перевод в данном тексте один из наиболее удачных. Как мы знаем, «БАБУШКА ЛЕГКОГО ПОВЕДЕНИЯ» это российский фильм, соответственно перевод производился с русского на эстонский язык.

Небольшим отличием является то, что в русском тексте используется форма множественного числа слова «жанры», а в эстонском форма единственного числа – «žanr».

Полное совпадение русских и эстонских текстов см. также в Приложении № 1, 5, 14, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 30, 37, 38, 41, 43, 45, 47, 48, 51, 54, 55, 56, 57, 59, 63, 68, 69, 70, 76, 79, 80, 83, 84, 85, 88.

Далее рассмотрим **тексты с частичным совпадением** русского и эстонского вариантов. Как было указано в таблице 2, таких текстов в нашем материале 41. Также приведем ряд текстов из некоторых примеров:

1. Jõhvi kontserdimaja

19. november 18:00 Juri Galtsev

Юрий Гальцев с программой «Концерт для своих»

(См. в Приложении пример №6)

В этом примере мы видим, что на русский язык не переводится название места проведения мероприятия. Возможно, что перевод не дается, поскольку это наименование уже давно известно жителям региона. Также не представлен перевод информации о времени проведения мероприятия, что также, как нам кажется, говорит о том, что такую информацию жители понимают и в таком виде. Если рассмотреть многие другие примеры текстов с частичным переводом, то можно заметить, что названные особенности представлены в большинстве такого рода текстах.

2. Kiirev sügismood on vallutanud Jewe!

**КРАСОЧНАЯ ОСЕННЯЯ МОДА ЗАХВАТИЛА ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР JEWE!
JEWE**

(См. в Приложении пример №46)

Как и в предыдущем примере, отсутствует перевод названия торгового центра, оно дано латиницей, очевидно, сознательно, чтобы сохранить историческое название Jõhvi – Jewe (см. <http://mois.ee/kihel/johvi.shtml>). Еще одна особенность этого примера состоит в том, что в русской части добавлено словосочетание «торговый центр».

3. AUTOS ON LIIGA PALAV? KLAASIDE TOONIME DARKGLASS'IS ЖАРКО? ТОНИРУЙСЯ В DARKGLASS

(См. в Приложении пример №52)

В этой рекламе также видно, что перевод не прямой. Эстонская часть явно отличается от русской. Думается, что автор очень хорошо разбирается в том, как сделать рекламный текст более эффектным. Как известно, речевая экспрессия в рекламе создается разными языковыми средствами (лексика, словообразование, грамматика). В содержании представленного рекламного текста на русском языке присутствует глагол в повелительном наклонении (2-е л., ед. числа). Такая глагольная форма придает рекламе больше экспрессивности, динамичности и, самое главное, призывает читателя к действию. Сокращение эстонского предложения AUTOS ON LIIGA PALAV? до русского ЖАРКО? также, на наш взгляд, придает рекламе большую динамичность и экспрессивность.

Частичное совпадение русских и эстонских текстов см. в Приложении №2, 3, 4, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 16, 19, 29, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 39, 40, 42, 44, 46, 49, 50, 52, 53, 58, 60, 61, 62, 64, 66, 71, 72, 73, 77, 81, 87, 90.

В нашем материале есть и тексты, которые не относятся к какой-либо из перечисленных групп по признаку соотношения русского и эстонского вариантов. Например, есть тексты, которые представлены полностью только на русском языке (См. в Приложении примеры №28, 65, 86).

Также есть тексты, которые находятся в «пограничной зоне», где присутствует как эстонский текст, так и русский, но они или их части между собой не связаны, или это не прямая связь (См. в Приложении примеры №15, 17, 67, 74, 75, 78, 82, 91). Ниже представим тексты данных примеров.

1.

**INFO
ПРЕСС**

TV SAATEKAVA

**D
ДАЙДЖЕСТ**

**ДОСКА
ОБЪЯВЛЕНИЙ**

**TV
НЕДЕЛЯ**

ДИВАНЧИК

**ДОМ САД
ОГОРОД**

**СТРАНА
СОВЕТОВ**

(См. в Приложении пример №15)

2.

ЗАЛ ЦАРСТВА СВИДЕЛЕТЕЙ ИЕГОВЫ

Встреча в будни СРЕДА 19.00

Встреча в выходные ВОСКРЕСЕНЬЕ 11.00

Приглашаются все желающие!

(См. в Приложении пример №17)

3.

SOE VESI, SOOJAD SAUNAD!

ГОРЯЧИЕ ЭСТОНСКИЕ БАНИ!

(См. в Приложении пример №67)

4.

ЕСОPOOD.EE ЕСО

ОКНА ПЛАСТИКОВЫЕ АЛЮМИНИЕВЫЕ ДЕРЕВЯННЫЕ

МЕЖКОМНАТНЫЕ ВХОДНЫЕ ДВЕРИ

ТЕПЛИЦЫ СТРОЙМАТЕРИАЛЫ ЗАБОРЫ

ЗАЩИТНЫЕ РУЛО ЖАЛЮЗИ

ГАРАЖНЫЕ ВОРОТА

АВТОМАТИКА

(См. в Приложении пример №74)

5.

МОЕАТЕЛJEE

РЕМОНТ И ПОШИВ ОДЕЖДЫ

(См. в Приложении пример №78)

6.

Maks&Moorits

100%EESTI LINA

МЕСТНОЕ МЯСО

(См. в Приложении пример №91)

JEHOOVA TUNNISTAJATE KUNINGRIIGISAAL

Nädalasisene koosolek NELJAPÄEV 18.30

Nädalalõpul toimuv koosolek PÜHAPÄEV 14.30

Kõik huvilised teretulnud!

Кратко охарактеризуем эти тексты с позиции соотношения русского и эстонского языков. В первом примере представлены наименования различных газет и журналов. Некоторые названия включают в себя лишь русский язык, некоторые – эстонский. Также здесь есть и такие фрагменты, которые можно назвать «коллажем», то есть используются оба языка, составляющие единое название. В следующем примере мы видим частичное совпадение текстов на двух языках, однако их особенностью является то, что текст на русском языке обращен к русскоязычному населению, а текст на эстонском нацелен на эстонскую аудиторию, так как указано разное время проведения встреч. Одним из наиболее интересных примеров является текст про «бани», где используется, так сказать, «свободный» перевод. Думается, что словосочетание «горячие эстонские бани» могло использоваться здесь по аналогии с фразой «горячие финские парни» из кинофильма

«Особенности национальной охоты». В четвертом примере отсутствует полностью какой-либо перевод с одного языка на другой. В этой рекламе есть единственное слово написанное латиницей – есо, и эстонское слово внутри интернет-адреса – www.ecopood.ee. Остальная информация в этом тексте дана полностью на русском языке. В другом примере русские и эстонские тексты соотносятся семантически, то есть под словом «МОЕАТЕЛЖЕЕ» может пониматься ремонт и пошив одежды. В последнем примере также использован свободный перевод. Стоит отметить, что данная реклама обращена к жителям (местное мясо), проживающим в Эстонии. Реклама такого рода, скорее всего, может реализовать себя лишь в условиях конкретного государства или региона.

Таким образом, мы видим, что тексты на двух языках соотносятся по-разному: совпадение, частичное совпадение и переходные случаи, не поддающиеся однозначному определению. При этом не всегда можно сказать, является ли один из них переводом другого, если да, то в каком направлении осуществлялся перевод. Несмотря на то, что в первой главе было высказано предположение, что собранные нами тексты представляют собой письменно-письменный перевод, видимо, это относится лишь к части материала (полное совпадение эстонского и русского текстов). В остальных случаях, возможно, русский и эстонский варианты создавались по отдельности, также возможны и другие соотношения двух частей текстов. Следовательно, можно говорить о регулярной вариативности текстов билингва, или параллельных текстов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью нашей работы было описание и частичный анализ рекламно-информационных текстов, собранных нами в городах Кохтла-Ярве и Йыхви, на русском и эстонском языках и выявление их основных вариантов.

В ходе работы были решены следующие задачи:

- 1) представлена теоретическая основа, необходимая на данном этапе;
- 2) собран материал: 91 фотография, сделанные в указанных городах;
- 3) даны общая характеристика рекламно-информационных текстов на русском языке и их сопоставление с эстонскими соответствиями.

В теоретической части работы мы познакомились с понятием диаспоры, охарактеризовали русский язык в условиях Эстонии, дали общую характеристику рекламы, перевода и текстов билингва. Для практической части работы был собран материал, анализ которого представлен во второй главе работы.

Итак, на данном этапе работы можно сделать следующие выводы:

1. Язык рекламы активно изучается разными исследователями, особенно российскими. Также активно изучается язык русской диаспоры Эстонии, в том числе и на рекламном материале. В то же время, как показало знакомство с исследовательской литературой, наружная городская реклама на русском языке в Эстонии практически не анализировалась. Все это позволяет сделать вывод об актуальности нашей работы.
2. Проявляется вариативность как в сфере перевода, так и в сфере функционирования рекламных текстов.
3. В начале исследования мы предполагали, что наибольшее количество русскоязычной наружной рекламы может быть в городах северо-востока Эстонии, в частности, в Кохтла-Ярве и Йыхви. В ходе сбора материала это предположение подтвердилось. Нам удалось обнаружить 91 информационно-рекламный текст, которые были сфотографированы и технически обработаны. В собранном материале представлена социальная (4 текста), культурная (15) и коммерческая (72) реклама.
4. В нашем материале наблюдаются разные варианты сочетания русского и эстонского языков. Текстов с полным соответствием / совпадением русской и эстонской частей насчитывается 36, с частичным – 41, текстов, имеющих вкрапления русского языка – 3. Также в нашем материале были тексты полностью на русском языке – 3, и тексты, находящиеся в «пограничной зоне» – 8.

Собранный материал может быть использован для дальнейшего анализа особенностей функционирования русского языка в Эстонии, для выявления его языковых черт, сопоставления с эстонским языком и анализа перевода, а также для сопоставления и аналогичным российским материалом.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов Л. С. 1975 — *Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода*. М. С. 10–50.
2. Воробьева Т. 2011 — *Переводная политическая реклама в условиях диаспоры: функционирование, язык*. Бакалаврская работа. Тарту.
3. Даду Е. 2016 — *Рекламный текст в городском пространстве*. Бакалаврская работа. Тарту.
4. Зирка В.В. *Манипулятивные игры в рекламе: Лингвистический аспект*. Изд.2-е, испр. М., 2010.
5. Индустрия рекламы 2005–2014 — *Индустрия Рекламы. Теория и практика рекламной деятельности. Информационно-справочный портал*. Веб-ресурс: <http://adindustry.ru/> (дата последнего просмотра 10.01.2018).
6. Иссерс О. С. 2009 — *Речевое воздействие. Учебное пособие*. Москва.
7. Иссерс О. С. 2009 — Новые дискурсивные практики в современной России. *Труды по русской и славянской филологии. Лингвистика 11. Humaniora: Lingua Russica. Активные процессы в русском языке диаспоры и метрополии*. Тарту. С. 260–273.
8. Костанди Е. И. 2006 — Прагматический аспект межкультурной коммуникации (на материале эстонско-русских переводов рекламных текстов). *Международная научно-практическая конференция по проблемам преподавания русского языка и литературы в странах Балтии (сборник научно-методических материалов)*. Под ред. И. Н. Ерофеева, Т. Е. Нестерова. СПб. С. 6–13.
9. Костанди Е. И. 2012 — Реклама в условиях диаспоры: проблемы перевода. *Текст, культура, перевод. Сборник статей по материалам международной конференции 23-25 мая 2012 года*. Рига. С. 133–142.
10. Костанди Е. И., Кюльмоя И. П. 2013 — О русском языке современной Эстонии. *Русский язык зарубежья*. СПб. С. 86–106.
11. Костанди Е. И. 2014 — Дискурсивные практики в условиях языковых контактов: тексты билингва. *Функциональная семантика и семиотика знаковых систем*. Ч.1. М. С. 87–95.
12. Костанди Е. И. 2016 — Тексты билингва как речевая практика. *Русский язык: система и функционирование (к 95-летию БГУ, 50-летию кафедры русского языка, 90-летию профессора П. П. Шубы)*. Сборник материалов VII международной научной конференции, 18-19 октября 2016 г. Минск. С. 316-321.

13. Костанди Е. И. 2017 — Типовой дискурс диаспоры: русский язык в Эстонии. *Псковский регионологический журнал № 2 (30)/2017*. Псков. С. 38-50.
14. Лисовский С. Ф. 2000 — *Политическая реклама*. Москва.
15. Малинкович Л. 2003 — *Ошибки, встречающиеся в рекламных изданиях на русском языке*. Бакалаврская работа. Тарту.
16. Паликова О. Н. 2009 — Русский язык в рекламных каталогах Эстонии. *Труды по русской и славянской филологии. Лингвистика XII. Humaniora: Lingua Russica. Активные процессы в русском языке диаспоры и метрополии*. Тарту. С. 143–168.
17. Ремчукова Е. Н. 2011 — Лингвокреативность рекламного слогана. *Труды по русской и славянской филологии. Лингвистика 14. Humaniora: Lingua Russica. Развитие и вариативность языка в современном мире 2*. Тарту. С. 192–206.
18. Тощенко Ж. Т., Чаптыкова Т. И. 1996 — Диаспора как объект социологического исследования. *Социологические исследования*. Москва. №12. С. 33–42.
19. Тюленев Л. В. — *Основы рекламы и рекламной деятельности*. Веб-ресурс: http://de.ifmo.ru/bk_netra/page.php?tutindex=3&index=130 (дата последнего просмотра 10.01.2018).
20. Шенк К. Э. 2016 — *Вариативность новостных текстов билингва (на материале «Актуальной камеры» на эстонском и русском языках)*. Бакалаврская работа. Тарту.

Словари

1. Панькин В. М., Филиппов А. В. 2011 — *Языковые контакты. Краткий словарь*. М.

KOKKUVÕTTE

LINNA VÄLIREKLAAM JA INFORMATSIOON VENE KEELES

(Jõhvi ja Kohtla-Järve linnades kogutud materjali põhjal)

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on kirjeldada ja osaliselt analüüsida autori poolt Kohtla-Järve ja Jõhvi linnades kogutud eesti- ja venekeelseid reklaami- ja informatsioonitekste ning selgitada välja nende peamised variandid.

Töö käigus lahendati järgmised ülesanded:

- 1) esitati praeguses töö etapis vajalik teoreetiline baas;
- 2) koguti materjal: 91 fotot, mis on pildistatud ülalnimetatud linnades;
- 3) anti venekeelsete tekstide üldine iseloomustus ning võrreldi neid nende eestikeelsete vastetega.

Töö teoreetilises osas tutvuti diasporaa mõistega, iseloomustati vene keelt Eesti tingimustest ning esitati reklaami, tõlke ning kakskeelse isiku tekstide üldine iseloomustus. Käesoleva töö praktilise osa jaoks koguti materjal, mille analüüs on esitatud bakalaureusetöö teises peatükis.

Praeguses töö etapis on võimalik teha järgmised järeldused:

1. Reklaami keelt uurivad paljud erinevad, eriti vene, teadlased. Sama aktiivselt uuritakse ka Eesti vene diasporaa keelt, tuginedes muuhulgas reklaammaterjalidele. Tutvumine teaduskirjandusega näitas, et venekeelset välireklaami Eestis pole peaaegu üldse analüüsitud. See tõestab käesoleva töö aktuaalsust.

2. Avaldub variatiivsus nii tõlkevaldkonnas kui ka reklaamtekstide funktsioneerimises.

3. Uurimistöö algul eeldati, et enim venekeelset välireklaami võib kohata Kirde-Eesti linnades, muuhulgas Kohtla-Järves ja Jõhvis. Materjali kogumise käigus leidis see oletus kinnitust. Õnnestus leida 91 reklaam- ja infoteksti, mida pildistati ning fotosid töödeldi tehniliselt. Kogutud materjalis on esitanud sotsiaalne (4 teksti), kultuuri- (15 teksti) ja kommertsreklaam (72 teksti).

4. Töö autori poolt kogutud materjalis võib täheldada erinevaid vene ja eesti keele kombineerimise variante. Eesti- ja venekeelsete osade täieliku vastavuse/kokkulangevusega tekste loetleti 36, osalise kokkulangevusega – 41, vene keele mõjutustega tekste – 3. Ka on kogutud materjalis hulgas täielikult venekeelsed tekstid – 3 ning tekstid, mis asuvad «piirialal» – 8.

Hiljem saab kogutud materjali kasutada vene keele funktsioneerimise analüüsimisel Eestis, selle keeleliste karakteristikute välja selgitamisel, selle võrdlemisel eesti keelega ja tõlgete analüüsimisel ning ka analoogse vene materjaliga võrdlemisel.

ПРИЛОЖЕНИЕ

№ 1



Kohtla-Järve, 26.08.2017

№ 2



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi
kontserdimaja

23.
september
18.00



KOMÖÖDIA
ARMASTUSE HÄÄL Комедия

ЗВУК
люби

Режиссёр-постановщик
Леонид Хейфец

Автор
Алан Эйкборн

Majakovski teatri artistid
Артисты театра
им. В. Маяковского
Etendus on vene keeles



Piletid müügil Piletilevis, Piletimaailmas ja Jõhvi kontserdimaja kassades.
Билеты продаются во всех кассах Piletilevi и Piletimaailm, кассе концертного дома и интернете.

33 42 000

Jõhvi, 26.08.2017




Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017

Jõhvi kontserdimaja

19. november 18.00



Юрий Yuri Galtsev
Гальцев

с программой "Концерт для своих"

Piletid müügil Piletilevis, Piletimaailmas ja Jõhvi kontserdimaja kassades.
Билеты продаются во всех кассах Piletilevi и Piletimaailm, кассе концертного дома и интернете.

33 42 000

Jõhvi, 26.08.2017

 **Jõhvi
kontserdimaja** **30.**
SEPTEMBER
KELL 18.00


ТЕАТР
РУССКИЙ БАЛЕТ



SANKT-PETERBURI TEATER "VENE BALLETT"
LUIKEDE JÄRV
САНКТ- ПЕТЕРБУРГСКИЙ ТЕАТР
РУССКИЙ БАЛЕТ
П.И. ЧАЙКОВСКИЙ
ЛЕБЕДИНОЕ ОЗЕРО

Piletid müügil Piletilevis, Piletimaailmas ja Jõhvi kontserdimaja kassades.
Билеты продаются во всех кассах Piletilevi и Piletimaailm, кассе концертного дома и интернете.

33 42 000

Jõhvi, 26.08.2017



Raud on kulda väärt!

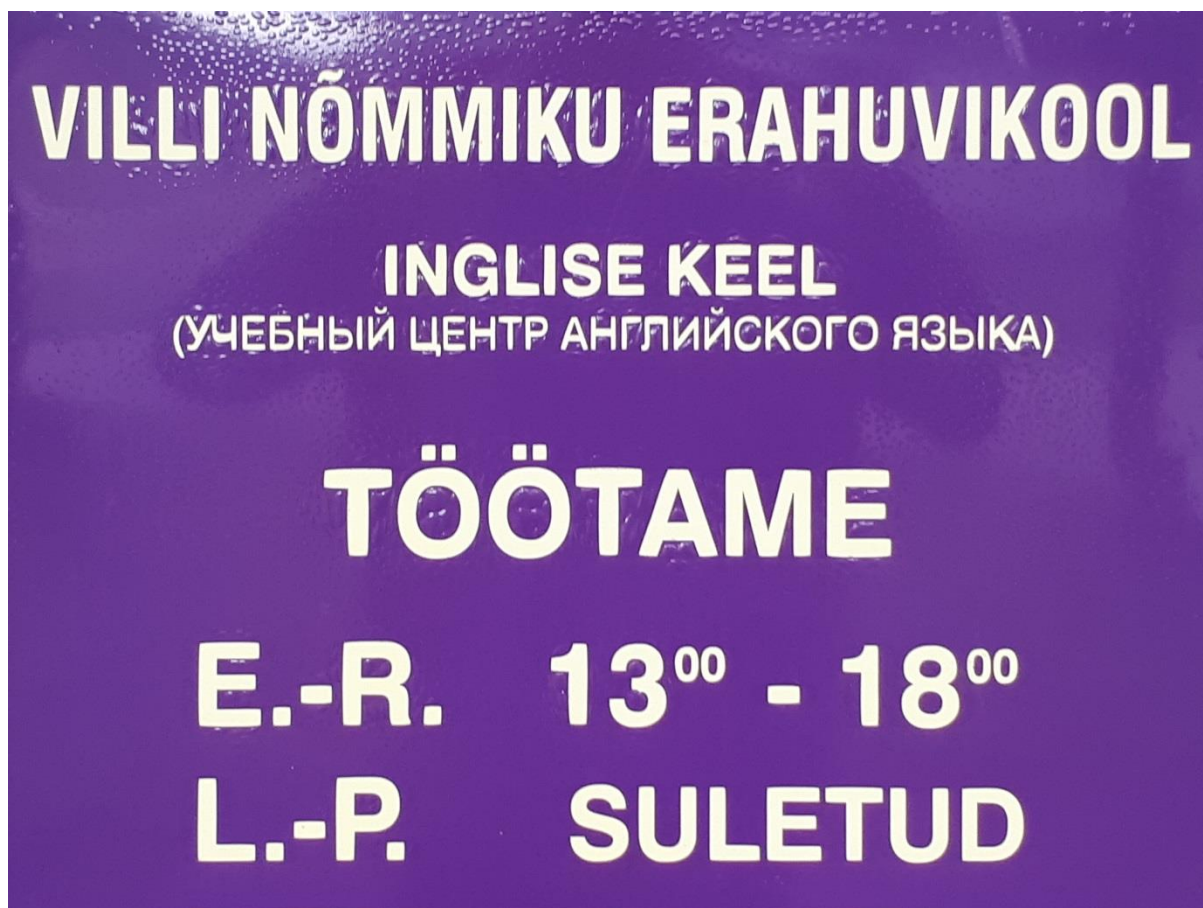
Железо на вес золота!

REFONDA
BLRT GRUPP

Vormista kliendikaart ja saad kohe eselt boonust!
Оформи карточку клиента и получи сразу бонус!

1817
www.refonda.ee

Jõhvi, 26.08.2017



VILLI NÕMMIKU ERAHUVIKOOL

INGLISE KEEL
(УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

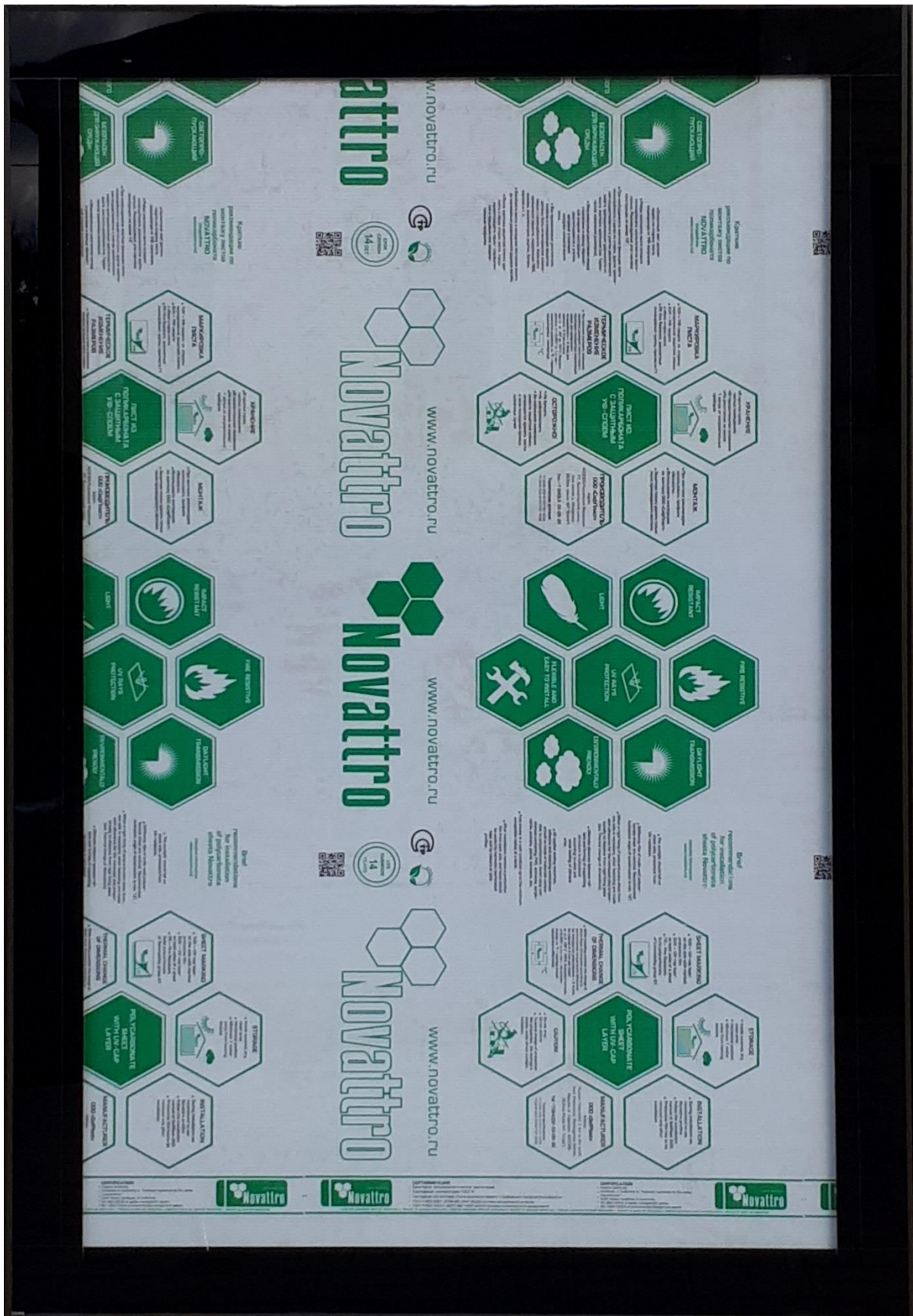
TÖÖTAME

E.-R. 13⁰⁰ - 18⁰⁰
L.-P. SULETUD

Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Краткие рекомендации по монтажу листов поликарбоната NOVATTRO (подобрать www.novattro.ru)

• Солнечный свет должен падать на сторону листа, защищенную от УФ-лучей.

• Работая жесткими листами листового поликарбоната, располагайтесь вертикально. Размещенный угол наклона конструкции не менее 15°.

• При необходимости жесткой фиксации листа поликарбоната с одной из сторон, другие крепежные осуществляются с учетом увеличенного люфта пропорционально удаленности от места жесткого крепления (см. Термическое изменение размеров).

• Максимальные расстояния между строениями и между общестроительными конструкциями рассчитываются с учетом ветровой и снеговой нагрузки климатической зоны.

• Все прилегающие уплотнители, клеи и очищающие вещества должны быть из материалов совместимых с поликарбонатом. Избегайте применения веществ, содержащих ПВХ, аммиак, ацетонитрил, щелочи, бензол, карбон и т. п.

• Избегайте листы в холодном состоянии входить до минимально разрешенного радиуса изгиба.

• После монтажа защитную пленку удаляйте с обеих сторон листа, торцы герметизируйте гермо-Унифлексом и торцевым или соединительным профилем.

СВЕТОПРОПУСКАЮЩИЙ

БЕЗОПАСЕН ДЛЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

МАРКИРОВКА ЛИСТА

• UV – защита со стороны маркированной защитной пленки

• UV – защита с обеих сторон листа

• FR-Fire Resistant, минеральный поликарбонат группы горючести Г1

ТЕРМИЧЕСКОЕ ИЗМЕНЕНИЕ РАЗМЕРОВ

• При монтаже учитывать изменение линейных размеров листа в связи с перепадами температур окружающей среды для предотвращения деформации – 3-4 мм, для ширины 4-5 мм на метр листа при Δt от -50° до +50° C. Формула расчета: $\Delta L = L \cdot \alpha \cdot \Delta T$, где L – линейные размеры, α, 1/°C – коэффициент температурного расширения

ХРАНЕНИЕ

• В крытых сухих, чистых помещениях

• В горизонтальном положении

• На расстоянии не менее 1 метра от нагревательных приборов

МОНТАЖ

• При монтаже рекомендуем использовать профили «Novattro».

• Использовать инструкцию по монтажу ООО «СафПласт».

• Защитную пленку удалять только после произведенного монтажа.

ЛИСТ ИЗ ПОЛИКАРБОНАТА С ЗАЩИТНЫМ УФ-СПЛОЕМ

ОСТОРОЖНО!

• Не бросать

• Не деформировать

• Во избежание изменения свойств защитной пленки, запрещается хранить листы в зоне попадания прямых солнечных лучей

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ООО «СафПласт»

Адрес: 420039, Российская Федерация, РТ, Батынский район, Дем. конная д. Макарова (Вокзал трасса М7 "Волга")

Тел: +7 (843) 2-33-05-33

Технические условия: ТУ 2246-032-911021181-0038 ТУ 2246-032-911021181-0038

www.novattro.ru

Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



**SEITSMENDA PÄEVA ADVENTISTIDE
JÕHVI KOGUDUS**
**ЦЕРКОВЬ АДВЕНТИСТОВ СЕДЬМОГО ДНЯ
ГОРОДА ЙЫХВИ**

БОГОСЛУЖЕНИЯ ПО СУББОТАМ: JUMALATEENISTUS LAUPÄEVITI:
10:00 БИБЛЕЙСКАЯ ШКОЛА 10:00 PÕHBLITUND
11:00 ПРОПОВЕДЬ 11:00 JUTLUS

PASTOR ALEKSANDR TSUGAI
TEL.58520292
UUS 3, JÕHVI
IDA-VIRUMAA
41533



JÕHVI NELIPÜHNI KOGUDUS
ХРИСТИАНЕ ВЕРЫ ЕВАНГЕЛЬСКОЙ

БОГОСЛУЖЕНИЯ JUMALATEENISTUS
ПО ВОСКРЕСЕНИЯМ В 10:00 PÜHAPÄEVITI KELL 10:00

PASTOR VALERI JAROSTSUK TEL.5060454


Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



★ ★ ★ ★ ★


VIPTOURS

USALDUSVÄÄRNE REISIBÜROO
НАДЁЖНОЕ ТУРИСТИЧЕСКОЕ БЮРО

VIISAD	ВИЗЫ
TRANSFEER	ТРАНСФЕР
REISIKINDLUSTUS	СТРАХОВКА
SPAAPAKETID	СПА-ПАКЕТЫ
PUHKUSEPAKETID	ТУРЫ
KULTUURIREISID	КУЛЬТУРНЫЕ РЕЙСЫ
EKSOOTIKAREISID	ЭКЗОТИЧЕСКИЕ ТУРЫ

TÖLKETÖÖD	ПЕРЕВОДЫ
BUSSIRENT	АРЕНДА АВТОБУСОВ
RUUMIRENT	АРЕНДА ПОМЕЩЕНИЙ
ÕPPEREISID	УЧЕБНЫЕ РЕЙСЫ
ÄRIREISID	БИЗНЕС ТУРЫ
KONVERENTSID	КОНФЕРЕНЦИИ

LENNUPILETID	АВИАБИЛЕТЫ
BUSSIPILETID	АВТОБУСНЫЕ БИЛЕТЫ
RONGIPILETID	БИЛЕТЫ НА ПОЕЗДА
LAEVAPILETID	БИЛЕТЫ НА ПАРОМЫ



info@viptours.ee
tel. +372 56919878
www.viptours.ee

Jõhvi, 26.08.2017

SILMAARSTI VISIIDITASU
ALGAB 10€

SOODUSTUS KEHTIB
KÕIKIDELE PRILLIKLAASIDELE
JA KÕIKIDELE
PRILLIRAAMIDELE NENDE
KOOSOSTUL.

LISAINFORMATSIOON
JA REGISTREERIMINE
SILMAARSTI VASTUVÕTULE
TELEFONIL:

638 0003/5383 0024
VÕI INFO@SILMAROOM.EE
WWW.SILMAROOM.EE

S SILMARÕÖMU SILMASALONGIS ON

TOPELT SOODUSTUS!

KÕIK PRILLIKLAASID JA
KÕIK PRILLIRAAMID
- PRILLITELLIMUS

**-40%
SOODSAMALT!**

KOHAEAL TEOSTAVAD
NÄGEMISKONTROLI JA
SILMADE RAVI TARTU
ÜLIKÕOLI KLIINIKUMI
SILMAARSTID:

DR. VILLEM VIHMANN,
DR. MARI PARKSEPP,
LASTE SILMAARST -
DR. MARI PETRAUDZE



ПЛАТА ЗА ВИЗИТ К
ГЛАЗНОМУ ВРАЧУ
НАЧИНАЯ С 10€

СКИДКА ДЕЙСТВУЕТ
ДЛЯ ВСЕХ ОПРАВ И СТЕКОЛ
ПРИ ПОЛНОМ ЗАКАЗЕ
ОЧКОВ (ОПРАВА+СТЕКЛА)
В НАШЕМ ЦЕНТРЕ!

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ И
РЕГИСТРАЦИЯ
К ГЛАЗНОМУ ВРАЧУ
ПО ТЕЛЕФОНАМ:

638 0003/5383 0024
ИЛИ INFO@SILMAROOM.EE
WWW.SILMAROOM.EE

В ГЛАЗНОМ ЦЕНТРЕ S SILMARÕÖM

ДВОЙНАЯ СКИДКА!

ВСЕ СТЕКЛА ДЛЯ ОЧКОВ
И ВСЕ ОПРАВЫ
ПОЛНЫЙ ЗАКАЗ
ОЧКОВ

**со скидкой
-40%**

ДИАГНОСТИКУ И ЛЕЧЕНИЕ
ГЛАЗ ОСУЩЕСТВЛЯЮТ
ВРАЧИ-ОФТАЛЬМОЛОГИ
КЛИНИКИ ТАРТУСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА:

ДР. VILLEM VIHMANN,
ДР. MARI PARKSEPP,
ДЕТСКИЙ, ГЛАЗНОЙ ВРАЧ
ДР. MARI PETRAUDZE



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017

hooaja peatoetajad

Telia

Eesti Kontsert
concert.ee

Jõhvi kontserdimaja

16.09 kell 19.00 JÕHVI KONTSERDIMAJA HOOAJA AVAKONTSERT Vanemuise sümfooniaorkester, Tartu Ülikooli kammerkoor, Tartu Noortekoos, Mait Turi (tenor), Tamar Nugis (bariton), dirigent Paul Mägi		16.09 в 19.00 КОНЦЕРТ ОТКРЫТИЯ СЕЗОНА ИЙХВИСКОГО КОНЦЕРТНОГО ДОМА Симфонический оркестр «Ванемуйн», Камерный хор Тартуского университета, Тартуский молодежный хор, Mait Turi (тенор), Tamar Nugis (баритон), Дирижер Пауль Мäги
23. 09 kell 18.00 ETENDUS "ARMASTUSE HÄÄL" (vene keeles) Osades Majakovski teatri artistid (Moskva)		23.09 в 18.00 КОМЕДИЯ «ЗВУК ЛЮБВИ» В ролях артисты театра им. В. Маяковского (Москва)
30.09 kell 18:00 LUIKEDE JÄRV Sankt-Peterburi Teater "Vene Ballett"		30.09 в 18.00 ЛЕБЕДИНОЕ ОЗЕРО Санкт-Петербургский театр "Русский балет"
1.10 kell 12.00 MUUSIKALINE PEREPÄEV		1.10 в 12.00 КОНЦЕРТ В ЧЕСТЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ДНЯ МУЗЫКИ
6.10 kell 19.00 PRANTSUSE DZASSIVIRTUOOSID Jean-Marie Machado (klaver, helilooming) Didier Ithursarry (akordion)		6.10 в 19.00 ФРАНЦУЗСКИЕ ВИРТУОЗЫ ДЖАЗА Жан-Мари Машадо (фортепиано, музыка) Дидье Итурсарри (аккордеон)
13.10 kell 19.00 KAMMERORKESTER MOSKVA VIRTUOOSID Dirigent Andres Mustonen		13. 10 в 19.00 КАМЕРНЫЙ ОРКЕСТР «ВИРТУОЗЫ МОСКВЫ» Художественный руководитель Владимир Спиваков Дирижер Андрес Мустонен
26.10 kell 19.00 TEATER "LICEDEI" Show koguperele „Anima Allegra“		26.10 в 19.00 ТЕАТР «ЛИЦЕДЕИ» Клоунская программа "ANIMA ALLEGRA" «Радостная душа»
28.10 kell 15.00 DRAAKON SHOW Etendus on eesti ja vene keeles		28.10 в 15.00 ШОУ ДРАКОНОВ Спектакль на русском и эстонском языке.

Piletid müügil Piletilevis, Piletimaailmas ja Jõhvi kontserdimaja kassades. Tel. 334 2000









Jõhvi, 26.08.2017

16.09 kell 19.00 JÕHVI KONTSERDIMAJA HOOAJA AVAKONTSERT Vanemuise sümfooniaorkester, Tartu Ülikooli kammerkoor, Tartu Noortekoor, Mati Turi (tenor), Tamar Nugis (bariton), dirigent Paul Mägi	16.09 в 19.00 КОНЦЕРТ ОТКРЫТИЯ СЕЗОНА ЙЫХВИСКОГО КОНЦЕРННОГО ДОМА Симфонический оркестр «Ванемуйне», Камерный хор Тартуского университета, Тартуский молодежный хор, Мати Тури (тенор), Тамар Нугис (баритон). Дирижер Пауль Мяги
23. 09 kell 18.00 ETENDUS "ARMASTUSE HÄÄL" (vene keeles) Osades Majakovski teatri artistid (Moskva)	23.09 в 18.00 КОМЕДИЯ «ЗВУК ЛЮБВИ» В ролях артисты театра им. В. Маяковского (Москва)
30.09 kell 18:00 LUIKEDE JÄRV Sankt-Peterburi Teater "Vene Ballett"	30.09 в 18.00 ЛЕБЕДИНОЕ ОЗЕРО Санкт- Петербургский театр „Русский балет“
1.10 kell 12.00 MUUSIKALINE PEREPÄEV	1.10 в 12.00 КОНЦЕРТ В ЧЕСТЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ДНЯ МУЗЫКИ
6.10 kell 19.00 PRANTSUSE DZASSIVIRTUOOSID Jean-Marie Machado (klaver, helilooming) Didier Ithursarry (akordion)	6.10 в 19.00 ФРАНЦУЗСКИЕ ВИРТУОЗЫ ДЖАЗА Жан-Мари Машадо (фортепиано, музыка) Дидье Итурсэрри (аккордеон)
13.10 kell 19.00 KAMMERORKESTER MOSKVA VIRTUOOSID Dirigent Andres Mustonen	13. 10 в 19.00 КАМЕРНЫЙ ОРКЕСТР «ВИРТУОЗЫ МОСКВЫ» Художественный руководитель Владимир Спиваков Дирижер Андрес Мустонен
26.10 kell 19.00 TEATER "LICEDEI" Show koguperele „Anima Allegra“	26.10 в 19.00 ТЕАТР «ЛИЦЕДЕИ» Клоунская программа "ANIMA ALLEGRA" «Радостная душа»
28.10 kell 15.00 DRAAKON SHOW Etendus on eesti ja vene keeles	28.10 в 15.00 ШОУ ДРАКОНОВ Спектакль на русском и эстонском языке.

Jõhvi, 26.08.2017

Jõhvi kontserdimaja

Kino AMADEUS

SEPTEMBER **СЕНТЯБРЬ**

EMOJI FILM T 5.09 kell 17.00 (eesti keeles) N 7.09 kell 17.00 (vene keeles) Žanr: komöödia, seiklus, animatsioon		СМАЙЛИКИ Вт 5.09 в 17.00 (на эстонском языке) Чт 7.09 в 17.00 (на русском языке) Жанры: комедия, приключения, анимация
NURJATU VANAEMA T 5.09 kell 19.00; N 7.09 kell 19.00 Žanr: komöödia. Alla 14 a. keelatud! Film on vene keeles eestikeelsete subtiitritega		БАБУШКА ЛЁГКОГО ПОВЕДЕНИЯ Вт 5.09 в 19.00; Чт 7.09 в 19.00 Жанры: комедия. Запрещен до 14 лет Фильм на русском языке с субтитрами на эстонском языке
PARAS PÄHKEL 2 P 10.09 kell 13.00 eesti keeles N 14.09 kell 17.00 vene keeles Žanr: Komöödia, seiklus, animatsioon		РЕАЛЬНАЯ БЕЛКА 2 Вс 10.09 в 13.00 на эстонском языке Чт 14.09 в 17.00 на русском языке Жанры: комедия, приключения, анимация
TULBIPALAVIK P 10.09 kell 15.00; T 12.09 kell 19.00 Žanr: draama, romantika. Alla 12 a. keelatud! Film on inglise keeles eesti- ja venekeelsete subtiitritega		ТОЛЬПАННАЯ ЛИХОРАДКА Вс 10.09 в 15.00; Вт 12.09 в 19.00 Жанры: драма, мелодрама. Запрещен до 12 лет! Фильм на англ. языке с субтитрами на рус. и эстонском языках
SEE P 10.09 kell 17.00; N 14.09 kell 19.00 Žanr: põnevik, õudus. Alla 14 a. keelatud! Film on inglise keeles eesti- ja venekeelsete subtiitritega.		ОНО Вс 10.09 в 17.00; Чт 14.09 в 19.00 Жанры: триллер, фильм ужасов. Запрещен до 14 лет Фильм на англ. языке с субтитрами на рус. и эстонском языках
DŽUNGLIÄSSAD P 17.09 kell 13.00; T 19.09 kell 17.00 (eesti keeles) P 17.09 kell 15.00; N 21.09 kell 17.00 (vene keeles) Žanr: animatsioon		ДОЗОР ДЖУНГЛЕЙ Вс 17.09 в 13.00; Вт 19.09 в 17.00 (на эстонском языке) Вс 17.09 в 15.00; Чт 21.09 в 17.00 (на русском языке) Жанры: анимация
IMELAPS P 17.09 kell 17.00; T 19.09 kell 19.00; N 21.09 kell 19.00 Žanr: draama Film on inglise keeles eesti- ja venekeelsete subtiitritega		ОДАРЁННАЯ Вс 17.09 в 17.00; Вт 19.09 в 19.00; Чт 21.09 в 19.00 Жанры: драма Фильм на англ. языке с субтитрами на рус. и эстонском языках
LEGO NINJAGO FILM L 23.09 kell 13.00; T 26.09 kell 17.00 (eesti keeles) N 28.09 kell 17.00; P 1.10 kell 15.00 (vene keeles) Žanr: animatsioon		ЛЕГО НИНДЗЯГО Сб 23.09 в 13.00; Вт 26.09 в 17.00 (на эстонском языке) Чт 28.09 в 17.00; Вс 1.10 в 15.00 (на русском языке) Жанры: анимация
MINU NÄOGA ONU L 23.09 kell 15.00; T 26.09 kell 19.00 Žanr: Komöödia, draama Film on eesti keeles		МУЖЧИНА С МОИМ ЛИЦОМ Сб 23.09 в 15.00; Вт 26.09 в 19.00 Жанры: комедия, драма Фильм на эстонском языке
KINGSMAN: KULDNE RING L 23.09 kell 17.00; N 28.09 kell 19.00; P 1.10 kell 17.00 Žanr: Komöödia, märul, seiklus. Alla 14 a. keelatud! Film on inglise keeles eesti- ja venekeelsete subtiitritega		KINGSMAN: ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО Сб 23.09 в 17.00; Чт 28.09 в 19.00; Вс 1.10 в 17.00 Жанры: комедия, экшн, приключения. Запрещен до 14 лет Фильм на англ. языке с субтитрами на рус. и эстонском языках

* Korraldaja jätab endale õiguse teha kinokavas muudatusi

Pilet 3-4 €. Kassaa: 334 2000.
Kino kava: www.concert.ee

* Организаторы оставляют за собой право вносить изменения в кинопрограмму

Билеты: 3-4€. Касса: 334 2000.
Доп. информация: www.concert.ee

Jõhvi, 26.08.2017

SEPTEMBER	СЕНТЯБРЬ
EMOJI FILM T 5.09 kell 17.00 (eesti keeles) N 7.09 kell 17.00 (vene keeles) Žanr: komöödia, seiklus, animatsioon	СМАЙЛИКИ Вт 5.09 в 17.00 (на эстонском языке) Чт 7.09 в 17.00 (на русском языке) Жанры: комедия, приключения, анимация
NURJATU VANAEMA T 5.09 kell 19.00; N 7.09 kell 19.00 Žanr: komöödia. Alla 14 a. keelatud! Film on vene keeles eestikeelsete subtiitritega	БАБУШКА ЛЁГКОГО ПОВЕДЕНИЯ Вт 5.09 в 19.00; Чт 7.09 в 19.00 Жанры: комедия. Запрещен до 14. лет Фильм на русском языке с субтитрами на эстонском языке
PARAS PÄHKEL 2 P 10.09 kell 13.00 eesti keeles N 14.09 kell 17.00 vene keeles Žanr: Komöödia, seiklus, animatsioon	РЕАЛЬНАЯ БЕЛКА 2 Вс 10.09 в 13.00 на эстонском языке Чт 14.09 в 17.00 на русском языке Жанры: комедия, приключения, анимация
TULBIPALAVIK P 10.09 kell 15.00; T 12.09 kell 19.00 Žanr: draama, romantika. Alla 12 a. keelatud Film on inglise keeles eesti- ja venekeelsete subtiitritega	ТЮЛЬПАННАЯ ЛИХОРАДКА Вс 10.09 в 15.00; Вт 12.09 в 19.00 Жанры: драма, мелодрама. Запрещен до 12 лет! Фильм на англ. языке с субтитрами на рус. и эстонском языках
SEE P 10.09 kell 17.00; N 14.09 kell 19.00 Žanr: põnevik, õudus. Alla 14 a. keelatud! Film on inglise keeles eesti- ja venekeelsete subtiitritega.	ОНО Вс 10.09 в 17.00; Чт 14.09 в 19.00 Жанры: триллер, фильм ужасов. Запрещен до 14 лет Фильм на англ. языке с субтитрами на рус. и эстонском языках
DŽUNGLIÄSSAD P 17.09 kell 13.00; T 19.09 kell 17.00 (eesti keeles) P 17.09 kell 15.00; N 21.09 kell 17.00 (vene keeles) Žanr: animatsioon	ДОЗОР ДЖУНГЛЕЙ Вс 17.09 в 13.00; Вт 19.09 в 17.00 (на эстонском языке) Вс 17.09 в 15.00; Чт 21.09 в 17.00 (на русском языке) Жанры: анимация
IME LAP P 17.09 kell 17.00; T 19.09 kell 19.00; N 21.09 kell 19.00 Žanr: draama Film on inglise keeles eesti- ja venekeelsete subtiitritega	ОДАРЁННАЯ Вс 17.09 в 17.00; Вт 19.09 в 19.00; Чт 21.09 в 19.00 Жанры: драма Фильм на англ. языке с субтитрами на рус. и эстонском языках
LEGO NINJAGO FILM L 23.09 kell 13.00; T 26.09 kell 17.00 (eesti keeles) N 28.09 kell 17.00; P 1.10 kell 15.00 (vene keeles) Žanr: animatsioon	ЛЕГО НИНДЗЯГО Сб 23.09 в 13.00; Вт 26.09 в 17.00 (на эстонском языке) Чт 28.09 в 17.00; Вс 1.10 в 15.00 (на русском языке) Жанры: анимация
MINU NÄOGA ONU L 23.09 kell 15.00; T 26.09 kell 19.00 Žanr: Komöödia, draama Film on eesti keeles	МУЖЧИНА С МОИМ ЛИЦОМ Сб 23.09 в 15.00; Вт 26.09 в 19.00 Жанры: комедия, драма Фильм на эстонском языке
KINGSMAN: KULDNE RING L 23.09 kell 17.00; N 28.09 kell 19.00; P 1.10 kell 17.00 Žanr: Komöödia, märul, seiklus. Alla 14 a. keelatud! Film on inglise keeles eesti- ja venekeelsete subtiitritega	KINGSMAN: ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО Сб 23.09 в 17.00; Чт 28.09 в 19.00; Вс 1.10 в 17.00 Жанры: комедия, экшн, приключения. Запрещен до 14 лет! Фильм на англ. языке с субтитрами на рус. и эстонском языках

* Korraldaja jätab endale õiguse teha kinokavas muudatusi

Pilet 3-4 €. Kassa: 334 2000.

Kino kava: www.concert.ee

* Организаторы оставляют за собой право вносить изменения в кинопрограмму

Билеты: 3-4€. Касса: 334 2000.

Доп. информация: www.concert.ee

Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



andkooli.ee

19.10.17
TÄISKASVANUD
ÕPPIA NÄDAL
19.-26. OKTOBER 2017

**JÄTKA ÕPINGUID
KOOS TEISTE
TÄISKASVANUTEGA!**

**ПРОДОЛЖАЙТЕ ОБУЧЕНИЕ
С ДРУГИМИ ВЗРОСЛЫМИ!**

**Pooleli jäänud haridustee jätkamine on
parim võimalus elus edasi liikuda!**

Продолжение прерванного обучения - это лучшая
возможность, чтобы двигаться вперед по жизни.

  **HARIDUS- JA
TEADUSMINISTEERIUM**  

Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



**„SAVU?“, „EI! MUL ON SUVA“
LOOBU MÕTTEST PROOVIDA.**

**«Травка» - это наркотик.
Откажись от мысли попробовать.**



Politsei- ja Piirivalveamet
Ida prefektuur

**Kanepi tarbimise või väikeses koguses omandamise
ja valdamise eest karistatakse rahatrahviga kuni
800 eurot või arestiga.**
Kanepi ebaseadusliku kasvatamise eest
karistatakse kuni
viieaastase vangistusega.

**За владение, хранение или употребление конопли в
малых количествах предусмотрен штраф до
800 евро или арест.**
Незаконное выращивание конопли наказывается
тюремным заключением до 5 лет.

Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017

AVR VISION OÜ ☎ +372 5558 5698

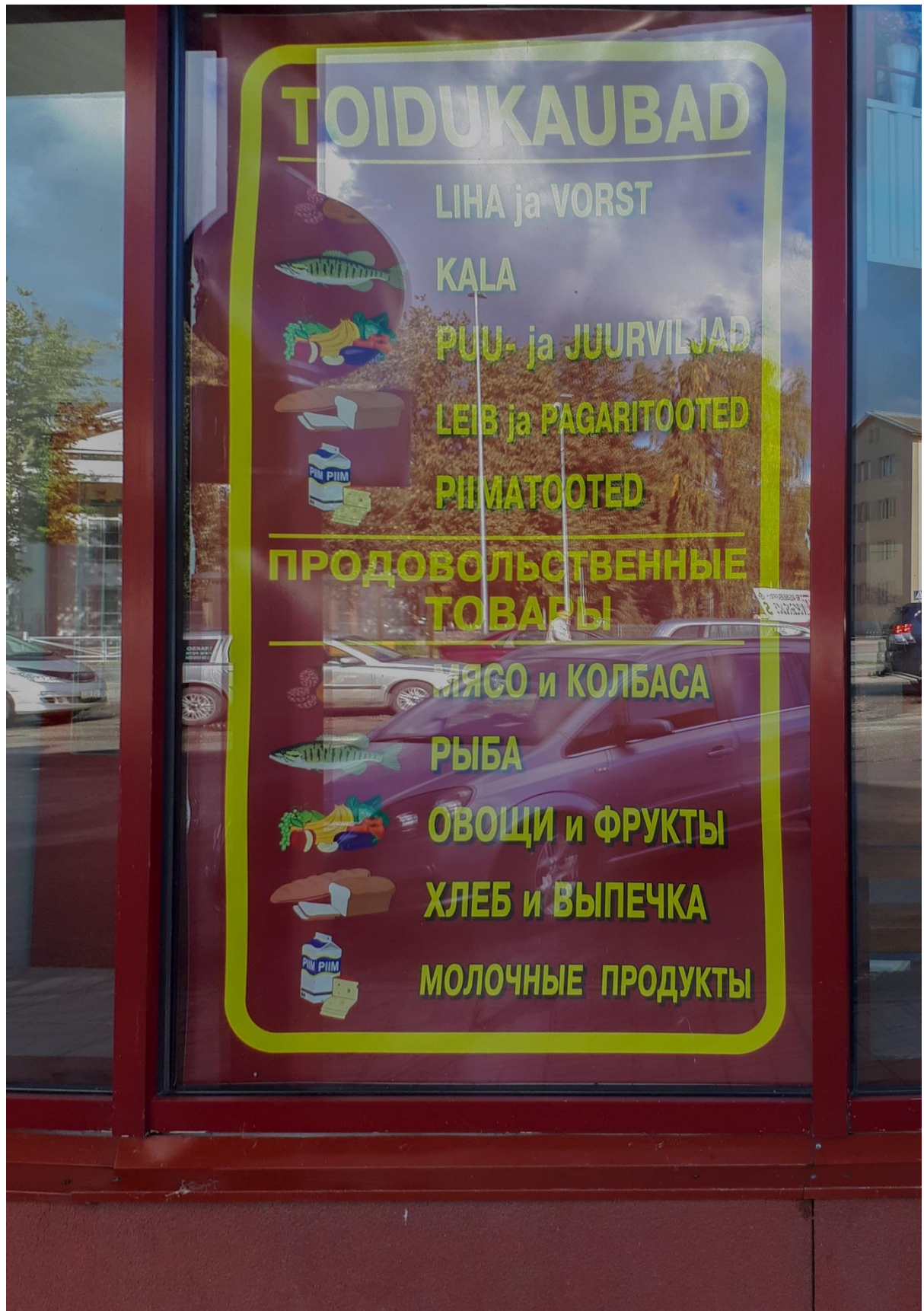
SELVER
TÄIDAB
SOOVID
SELVER
ИСПОЛНЯЕТ
ЖЕЛАНИЯ

05.09–18.09.2017





Jõhvi, 26.08.2017





Reisibüroo

Teenused:

- Viisad
- Reisid
- Kindlustus
- Küllakutse
- Notari teenused
- Tõlke tööd
- Bussipiletid
- Lennupiletid
- Laevapiletid
- Rongipiletid

Kontaktid:

Telefon: 3371160, 55602191, 55547396
E-Mail: info@lukonija.ee



Туристическое агентство

Наши услуги:

- Визы
- Туры
- Страхование
- Гостевые приглашения
- Нотариальные услуги
- Услуги переводчика
- Авиабилеты
- Ж/д билеты
- Автобусные билеты
- Билеты на паром

Наши контакты:

Телефон: 3371160, 55602191, 55547396
E-Mail: info@lukonija.ee



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, , 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, , 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017

AVR VISION OÜ ☎ +372 5558 5698

 Jõhvi
kontserdimaja

11. DETSEMBER
19.00

Show
vihmas

tantsuteater "Ahvatlus"
(Sankt-Peterburg)

Санкт-Петербургский
театр танца «Искушение»

**ШОУ ПОД
ДОЖДЕМ**
«Дышу тобой»

История любви,
выраженная словами и пластикой тела

Piletid müügil Piletilevis, Piletimaailmas ja Jõhvi kontserdimaja kassades.
Билеты продвоятся во всех кассах Piletilevi и Piletimaailm, кассе концертного дома и интернете.

33 42 00

Jõhvi, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017

**Легендарная
рок-группа
«КРУИЗ»**

«КРУИЗ» сегодня –
это новое звучание
и новая энергия
незбываемых хитов.
Национальная
гордость России,
лицо прогрессивной
культуры 80-90-х

21 18:00
oktoober

**TALLINN
VENE
KULTUURIKESKUS**
ЦЕНТР РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ

22 17:00
oktoober

**NARVA
«GENEVA»**
ЦЕНТР «ЖЕНЕВА»



Rockansambel KRUIZ

КРУИЗ

Первая в России рок-группа, сумевшая в своём творчестве совместить профессиональное звучание, стиль и харизматичность.

В современной версии в команду «КРУИЗа» входят:
Матвей Аничкин – основатель и продюсер (клавишные),
Дмитрий Четвергов – саунд-продюсер, гитарист-виртуоз),
Валерий Анохин – вокал (знакомый многим любителям
музыки, как лидер-вокалист рок-опер
«Иисус Христос Суперзвезда»
и многих других)

Юрий Левачев – бас-гитара,
Михаил Саушев – клавишные,
Николай Чуусов – барабаны.

Группа проповедует ту музыку,
которая была написана в 80-е годы,
когда появились хиты:
«Крутится волчок»,
«Музыка Невы»,
«Кто-то же должен»,
«Виза для Круиза»,
«Стремление»
и многие другие,
но в новом звучании.

Logos: AOK, DIT, PESTIMAX, TV H, POKREPOB, HAPKA, INTERING, KPI, LITS, ПАНОРАМА

Ahtme, 26.08.2017

WALTZ

СТЕП СТУДИЯ
клуба Ахтме
приглашает
всех желающих
любого возраста
заниматься самым
оригинальным видом
танцевального
искусства

Информация по телефону:
53 46 54 99
 Борис Мяннина
 BORISS1970@MAIL.RU

КЛУБ АХТМЕ
приглашает
а также их родителей

ОДНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНУЮ ПРОГРАММУ

СЕМЕЙНЫЙ ЦВЕТОК

Цена билета **4 EUR**
 Инфо: 33 22 061, 53 53 64 26

Танцевальный коллектив
VIVA DANCE

1. Приглашает детей, начиная с 5 лет, в студию **Классического танца** под руководством дипломированного хореографа **Марины Мянниной**. Занятия проводятся три раза в неделю: **понедельник, среда, пятница**. **Набор до ноября!**

2. Приглашаем девушек и женщин с 25 лет в **Эстрадную группу**

3. Танцевальная группа **КРАСОТА И ЗДОРОВЬЕ** открыта для всех желающих любого возраста

Занятия во всех группах начинаются с сентября

Дополнительная информация по телефону: **53 465 499**

Jõhvi linn
 07.09 - 03

Svetlana Petrova

Juubeli-NÄITUS

Jõhvi linnagalerii

JÕHVI KONTSERDIMAJA
HOOGAJA AVAKONTSERT

Ahtme, 26.08.2017

VEENE KULTUURIKESKUS
TALLINN
ЦЕНТР РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ

4.11 18:00

Jõhvi kontserdimaja
Концертный Дом (Йыхви)

5.11 17:00

Ansambli WHITE EAGLE kontsert

самая загадочная группа российской эстрады

Белый орёл

Прозвучат хиты:
«Как упоительны в России вечера»,
«Горький мёд»,
«Неповторимая»,
«Потому что нельзя быть красивой такой»
и другие песни...

PILETI LEVI

Белый орёл

AA, 247, POKETONES, TV (H), НАРВА, POKETONES &, 101 00 010, LITAS, ПАНОРАМА

Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017



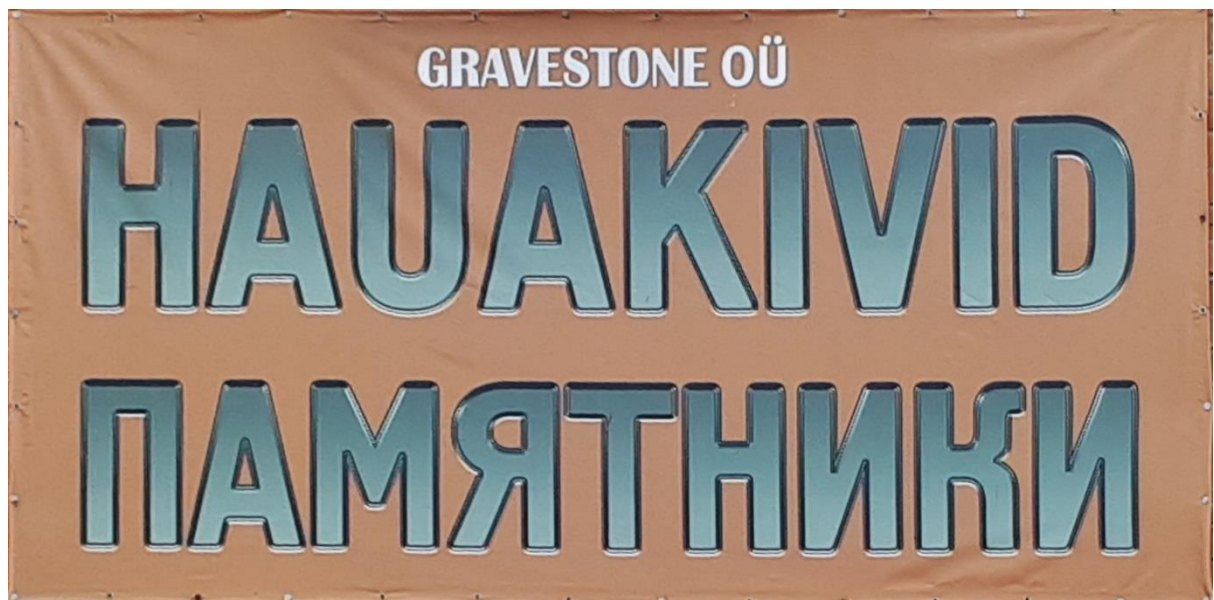
Ahtme, 26.08.2017

№ 71



Ahtme, 26.08.2017

№ 72



Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017

№ 75



Ahtme, 26.08.2017

№ 76



Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.20171



Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017



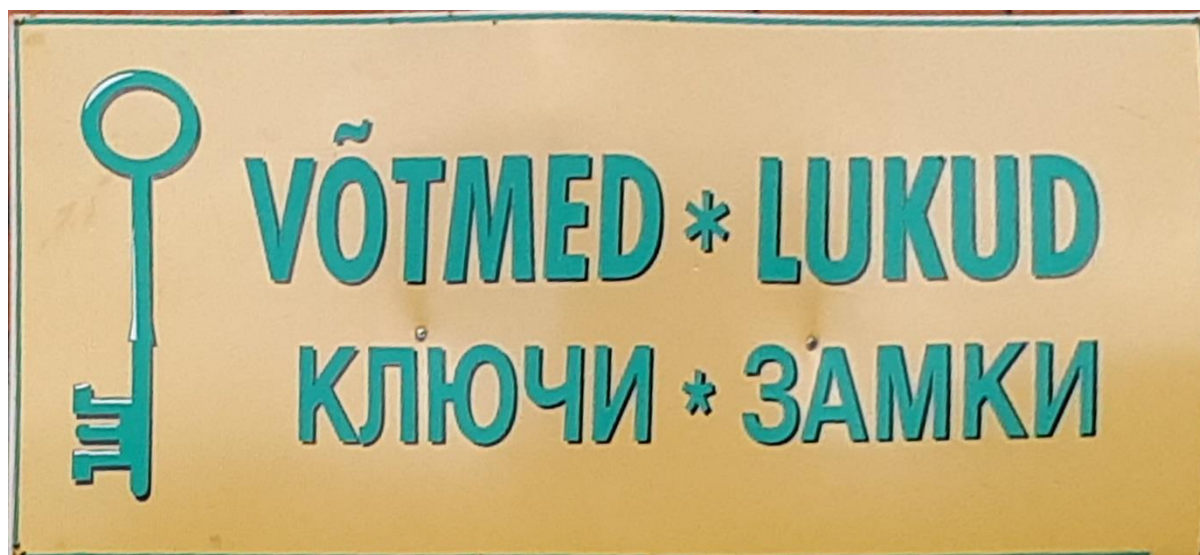
Ahtme, 26.08.2017



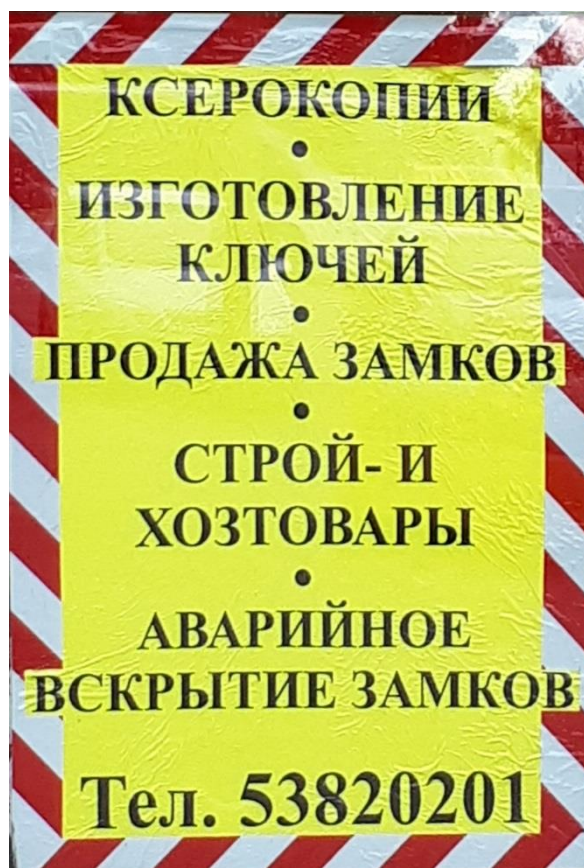
Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017



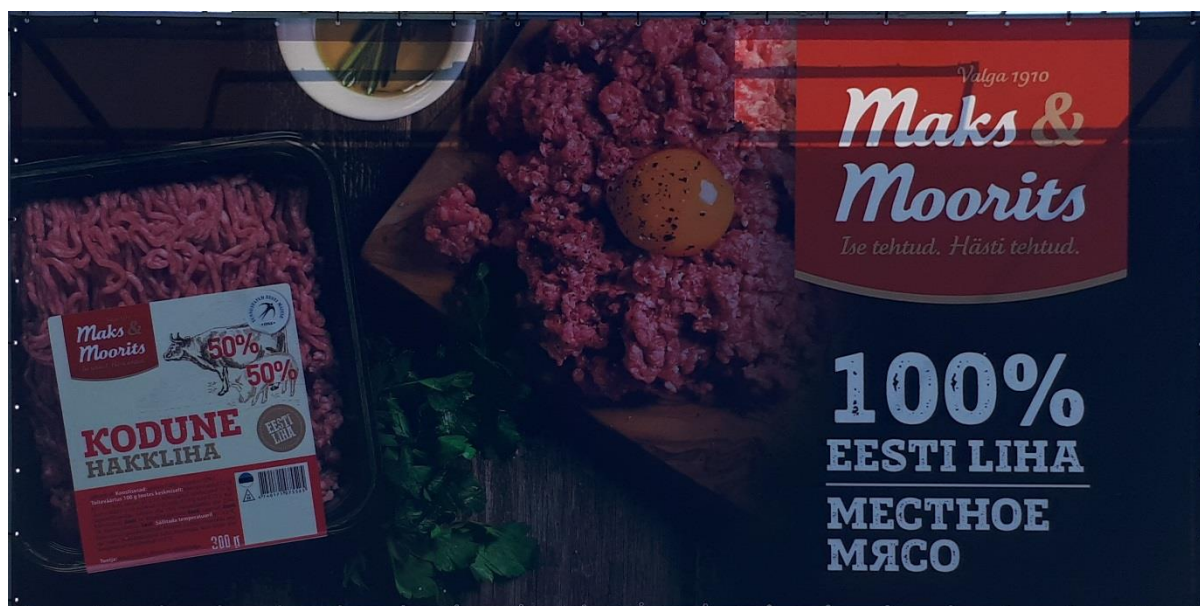
Ahtme, 26.08.2017



Ahtme, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017



Jõhvi, 26.08.2017

LISA

Lõputöö autori kinnitus

Olen bakalaureusetöö kirjutanud iseseisvalt. Kõigile töös kasutatud teiste autorite töödele, põhimõtteliste seisukohtadele ning muudest allikaist pärinevatele andmetele on viidatud.

Autor: Eesnimi Perekonnanimi

Nikolai Tšaškin

(allkiri)

**LIHTLITSENTS LÕPUTÖÖ REPRODUTSEERIMISEKS JA LÕPUTÖÖ
ÜLDSUSELE KÄTTESAADAVAKS TEGEMISEKS**

Mina, Nikolai Tšaškin,

(autori nimi)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

ГОРОДСКАЯ НАРУЖНАЯ ИНФОРМАЦИЯ И РЕКЛАМА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
(на материале городов Ыыхви и Кохтла-Ярве),

(lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on vene keele dotsent Jelisaveta-Kaarina Kostandi,

(juhendaja nimi)

- 1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, ulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus 28.05.2018